

Table des matières

Déclaration	i
Remerciements	ii
Résumé	iii
Liste des figures.....	vi
1. Introduction	1
1.1 Enjeux du développement durable : un système économique qui atteint ses limites..	1
1.1.1 Les enjeux environnementaux.....	1
1.1.2 Les enjeux économiques.....	3
1.1.3 Les enjeux sociaux.....	4
1.2 L'économie sociale et solidaire.....	5
1.2.1 Histoire et signification	5
1.2.2 Entreprises et organisations durables.....	6
1.2.3 Après-GE :	8
1.2.4 Autre Chambre et autres labels	10
1.2.5 Freins possibles au développement des entreprises durables	10
2. Question de recherche: quels sont les potentiels et les limites d'une communication digitale dans la valorisation des biens et services durables de la région genevoise.....	12
3. Méthodologie.....	13
3.1 Introduction.....	13
3.2 Communication	13
3.2.1 Outils traditionnels de communication.....	14
3.2.2 Communication digitale	15
3.2.3 Outils digitaux: les alternatives durables	26
3.3 Interview d'experts.....	32
3.3.1 Les personnes rencontrées	32
3.3.2 Points importants relevés lors des entretiens :	32
3.4 Sondage en ligne auprès d'ESS	35
3.4.1 Analyse des résultats du sondage	36

Potentiels et limites d'une communication digitale dans la valorisation des biens et services durables dans la région genevoise

3.4.2	Démarche critique de mon sondage en ligne	44
4.	Mes recommandations	45
4.1	Réunir les ESS sur un réseau social libre	45
4.2	Créer des conférences et formations en communication digitale.....	47
4.3	Aux ESS de se mettre au 100% libre	50
4.4	Mutualiser les services d'un community manager	52
4.5	Créer une agence de communication digitale externe rattachée à Après-GE	54
4.6	Créer une marketplace digitale	55
4.7	Faire une campagne de publicité sur internet afin de promouvoir l'économie sociale et solidaire	57
	Conclusion.....	59
4.8	Conclusion générale.....	59
4.9	Appréciation personnelle	59
	Bibliographie	61
	Annexe 1 : Entretien avec Fanny Bernard	66
	Annexe 2 : Entretien avec Tiffany Gerber.....	69
	Annexe 3 : Entretien avec Maurizio Notarangelo	70
	Annexe 4 : Entretien avec Catherine Armand	74
	Annexe 5 : Entretien avec Lionel Lourdin	77
	Annexe 6 : Questions et réponses du sondage en ligne Survey Monkey.....	80

Liste des figures

Figure 1 : Trois aspects du développement durable	1
Figure 2: Représentation des domaines d'activité parmi les membres d'Après-GE	7
Figure 3 : Formes juridiques des organisations membres d'Après-GE	8
Figure 4: Nombre d'adhérents à Après-GE	9
Figure 5: Pourcentage de métaux lourds présents dans les décharges américaines.....	24
Figure 6: Réseaux sociaux utilisés par les ESS	37
Figure 7: Pour quelle raison principale les ESS utilisent les réseaux sociaux	38
Figure 8: Les ESS possèdent-elles un site web	39
Figure 9: Quels logiciels libres utilisent les ESS	40
Figure 10: Pour quelle raison les ESS utilisent les logiciels libres	41
Figure 11: Frein au développement d'une communication digitale pour les ESS	42
Figure 12 : Tranche d'âge majoritaire des collaborateurs des ESS	43
Figure 13: Différents domaines des ESS	44
Figure 14: Clichés sur l'économie sociale et solidaire.....	57

1. Introduction

1.1 Enjeux du développement durable : un système économique qui atteint ses limites

Depuis la révolution industrielle, le système « capitaliste » comme je l'appellerai pour définir le système économique actuel, a su se mettre en place utilisant les ressources de la planète comme si elles étaient illimitées et considérant les personnes comme des outils de production. Un système basé sur : extraire - fabriquer - consommer et jeter, une trajectoire linéaire qui a ses limites et ses impacts. Je vais vous lister quelques notions/faits qui rappellent les enjeux et l'urgence de notre monde actuel.

Figure 1 : Trois aspects du développement durable



(carnaval.ch, 2017)

1.1.1 Les enjeux environnementaux

Changement climatique : un des enjeux bien connu du 21^{ème} siècle, le changement climatique est notamment dû à un rejet de CO₂ trop important dans l'atmosphère. Ce phénomène ne fait que renforcer l'effet de serre dont les conséquences peuvent être dramatiques pour notre planète ainsi que notre santé. Quelques effets du changement climatique listés ci-dessous (Jeantet 2013):

Potentiels et limites d'une communication digitale dans la valorisation des biens et services durables dans la région genevoise

- sécheresses
- inondations
- catastrophes naturelles
- rendements agricoles en baisse
- mouvements migratoires importants (réfugiés climatiques)
- animaux/insectes menacés, en voie de disparition ou disparus
- maladies

Cette pollution atmosphérique est en grande partie due à notre consommation excessive, causée majoritairement par les transports, par avion notamment. La pollution n'endommage pas seulement notre planète. Au cours du XXe siècle, la température a augmenté de 0,6°C en moyenne. Le réchauffement moyen pourrait atteindre de 1,4°C à 5,8°C de plus d'ici la fin du XXIe siècle, cela a des effets sans précédent sur notre santé. Le réchauffement climatique tue chaque année 300'000¹ personnes. (Ancil, Diaz 2015)

Notre façon de consommer a également un impact sur notre environnement. Face à la montée fulgurante des smartphones et autres nouvelles technologies de plus en plus performantes, les ressources en matières minérales s'épuisent, rajoutées au fait que ces matériaux restent difficiles à recycler.

Nos techniques de recyclage n'étant pas assez évoluées, la prolifération des déchets en tout genre est en constante augmentation. En 2009, 4'000'000'000'000 tonnes de déchets sont dénombrées, ces derniers tuent la faune, polluent les océans. De plus, 11 milliards de morceaux de plastiques empoisonnent les mammifères, les microplastiques se mêlent aux planctons, les poissons s'affaiblissent, leur nourriture vivante décroît. (Mimouni 2017)

En tant qu'Occidentaux, l'accès à l'eau potable peut nous paraître anodin, mais il n'en est rien ; 70% de l'eau potable est utilisée pour l'irrigation de l'agriculture, 20% afin de

¹ Pour plus d'information : https://www.rtbf.be/info/societe/detail_le-rechauffement-climatique-tue-300-000-personnes-par-an?id=5449643

produire l'énergie pour l'industrie, et 10% seulement pour nous hydrater. Selon l'ONU, 2,4 milliards² de personnes n'ont pas accès à l'eau potable. (Mimouni 2017)

« Le changement climatique est réel. La science en est convaincue. Et plus nous attendons, plus le problème sera dur à résoudre. » (John Kerry)

1.1.2 Les enjeux économiques

« Nous traversons la première crise socio-écologique du capitalisme financier et boursier, la première où la raréfaction des ressources et les dégâts écologiques ont une influence sur le plongeon économique » (Gadrey, 2010)

Esprit de compétition qui règne entre les entreprises, recherche permanente de profits, accumulation de biens matériels, c'est ce qui constitue la base idéologique du système capitaliste actuel.

Ce système n'est malheureusement favorable qu'à 5% de la population, ce ne sont que les plus riches qui s'enrichissent. Ce système n'est géré que par 500 grandes entreprises mondiales associant le bonheur à la consommation, ce qui crée la montée des inégalités entre les riches et les pauvres, qui fracturent peu à peu l'économie, la créant instable et imprévisible. (Jeantet, 2013)

Notre mode de consommation basé sur extraire, fabriquer, consommer et jeter, crée un système où la demande excède l'offre. À cause de l'obsolescence programmée³ notamment, le cycle de nos appareils est réduit, nous ne réparons plus, nous jetons pour racheter. (Mimouni 2017)

Notre système économique considère la nature comme ayant des ressources illimitées et pouvant digérer les déchets de façon illimitée. Il n'a qu'un seul objectif: faire croître le PIB, ce qui crée une société qui a pour but de posséder et non de vivre. (Mimouni 2017)

² Source URL : http://www.lemonde.fr/planete/article/2013/05/14/2-4-milliards-d-habitants-privés-d-eau-potable-selon-l-onu_3200240_3244.html

³ Plus d'information sur le site : https://fr.wikipedia.org/wiki/Obsolescence_programmée

Ce consumérisme croissant qui nous fait confondre désirs et besoins, a des coûts mesurables. Selon l'ONU, d'ici 2030, la perte de productivité liée au réchauffement climatique pourrait coûter jusqu'à 2000 milliards⁴ de dollars par an.

Ces chiffres démontrent à quel point le modèle économique actuel n'est pas viable.

1.1.3 Les enjeux sociaux

« *L'inégalité n'est pas un état naturel. C'est le fruit de choix politiques et sociaux.* »
(Alain Noël, 2013)

Un des enjeux sociaux de notre époque est l'inégalité entre pauvre et riche qui ne fait que de se creuser. Les problèmes sociaux des plus pauvres s'aggravent notamment comme (Mimouni 2017):

- Le nonaccès au travail
- Travail indécent
- Non-respect des droits humains
- Inégalité des genres
- Faim et famine, cadre de vie dégradé
- Maladie

La population est en constante augmentation, et la population mondiale vise la consommation occidentale. Nous sommes de plus en plus nombreux sur cette terre et nous vivons de plus en plus vieux. De récents rapports des Nations Unies annoncent 8 milliards d'humains en 2025⁵. L'espérance de vie est également passée de 65 ans (entre 1990-1995) à 70 ans (entre 2010 et 2014). (Mimouni 2017)

Les richesses demeurent entre les mains d'une minorité de fortunés, qui provoquent une des fractures du système capitaliste. Ces producteurs de richesses ne sont pas soumis aux mêmes règles du système, car ils sont protégés par les multinationales.

4

Source URL : <http://www.lefigaro.fr/conjoncture/2016/05/02/20002-20160502ARTFIG00071-le-cout-du-rechauffement-climatique-estime-a-2000-milliards-de-dollars-par-an.php>

5

Source URL : <https://www.notre-planete.info/actualites/3766-population-mondiale-2050>

Actuellement, 1% des plus grandes richesses mondiales détiennent 99% des richesses mondiales. (Jeantet, 2013)

La migration est également un enjeu social important. En effet, en 1990 il y avait 154 millions de personnes qui vivaient à l'extérieur de leur pays d'origine contre 232 millions en 2015, ces chiffres ne vont que s'accroître. La population déménage dans les villes et quitte l'exode rural. En 1990, 13% de la population vivaient en ville contre 50% en 2008. (Mimouni 2017)

Les pays devront bientôt faire face à une nouvelle forme de migration ; les migrants climatiques. Les catastrophes naturelles et le climat instable pour les habitants du tiers monde les amènent à migrer. « D'ici dix ans, les réfugiés climatiques se compteront par millions, la plupart victimes du réchauffement de la planète », prophétisent Javier Solana, le haut représentant de l'UE pour la politique étrangère⁶.

Pour pallier à tous ces enjeux, notre changement de consommation est très important, car sans demande, pas d'offre. Mais comment augmenter la consommation des biens et services alternatifs ? Quelles solutions ?

Dans un monde en état d'urgence, l'économie a une place fondamentale. À nous peuple, citoyen, d'œuvrer dans la survie de notre espèce et de notre si chère planète. Afin de répondre à ces nouveaux besoins que sont la consommation et l'action durable, les entreprises « capitalistes » doivent désormais faire face à de nouvelles entreprises émergentes. Ces entreprises à vocation sociale et/ou écologique évoluent dans une nouvelle économie ; l'économie sociale et solidaire.

1.2 L'économie sociale et solidaire

1.2.1 Histoire et signification

Le terme « économie sociale et solidaire » fait ses premières apparitions dans les années 90, grâce à une nouvelle vague ; l'entrepreneuriat social. Étant à ces débuts une économie purement sociale s'est ajoutée, la dimension « alternative » et « solidaire » en 1995 (en France) grâce à la naissance du réseau de l'économie alternative et solidaire

⁶ Source URL : <http://www.courrierinternational.com/article/2008/03/11/l-europe-doit-se-preparer-a-l-immigration-climatique>

« REAS ». Depuis les années 2000, le terme « social et solidaire » a été gardé. (Swaton, 2011)

La notion d'économie sociale et solidaire est désormais reconnue dans les pays francophones de l'union européenne comme la Suisse, la Belgique, la France et le Luxembourg. (Wikipédia 2017)

1.2.2 Entreprises et organisations durables

S'inscrivant dans l'économie sociale et solidaire, des entreprises ayant intégré de nouvelles valeurs émergent.

S'inscrire dans une démarche durable et de transition se fait tout au long de l'activité d'une entreprise. En commençant par la production, la gestion, la consommation jusqu'à la vente du produit ou service. Ce nouveau modèle économique se base sur les principes de non-lucrativité ou de lucrativité limitée. Les valeurs et principes centraux des entreprises sociales et solidaires (que j'appellerai « ESS » tout le long de mon travail) sont le bien-être social, l'écologie, l'autonomie, la solidarité et la démocratie participative. L'argent devient un moyen de réalisation et non un but en soi. Elles répondent notamment aux besoins de solidarité. (Swaton, 2011)

« Les acteurs et actrices de l'ESS créent de la valeur sociale et environnementale au travers de leurs activités. » (Swaton, 2011)

1.2.2.1 Les entreprises sociales et solidaire dans le monde en quelques chiffres :

Les enquêtes ainsi que les statistiques sur le poids de l'économie sociale et solidaire dans le monde restent difficiles à dénombrer, en voici un petit aperçu⁷ :

- En Europe, l'emploi ESS représente 6,7% du volume d'emploi salarié total.
- En France, l'ESS représente 11% des emplois. La France étant pionnière et assez avant-gardiste dans le domaine social et solidaire.
- Au Québec, 17 milliards de chiffre d'affaires sont générés grâce aux ESS.
- Le taux d'emploi dans les autres pays tels que Suède, Belgique Italie et Pays-Bas se situe toujours autour de 9 et 11.5%.

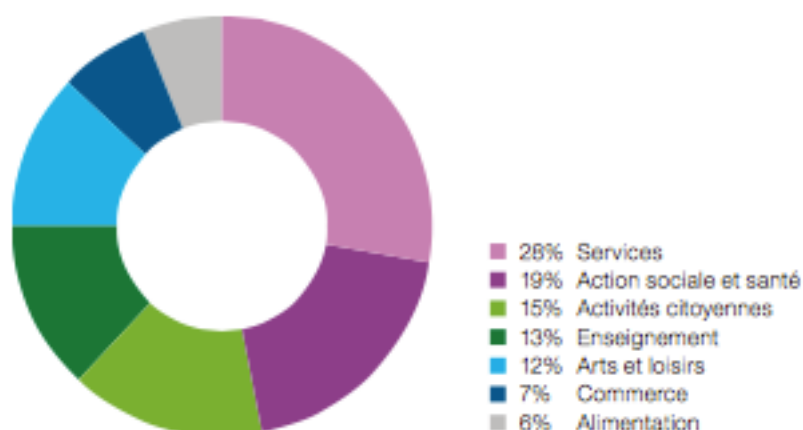
⁷ Source URL des chiffres:
https://fr.wikipedia.org/wiki/Économie_sociale#Poids_de_l'ESS_en_Europe

1.2.2.2 Les ESS à Genève en quelques chiffres⁸ :

Il y a également un manque marquant de recherches académiques et d'information statistique pour la Suisse.

L'emploi ESS représente 27'000 équivalents plein temps, soit 11% du total des emplois salariés du canton. Voici deux graphiques sur la représentation des domaines d'activité et des formes juridiques des organisations ESS. (Etude statistique Après-GE 2015)

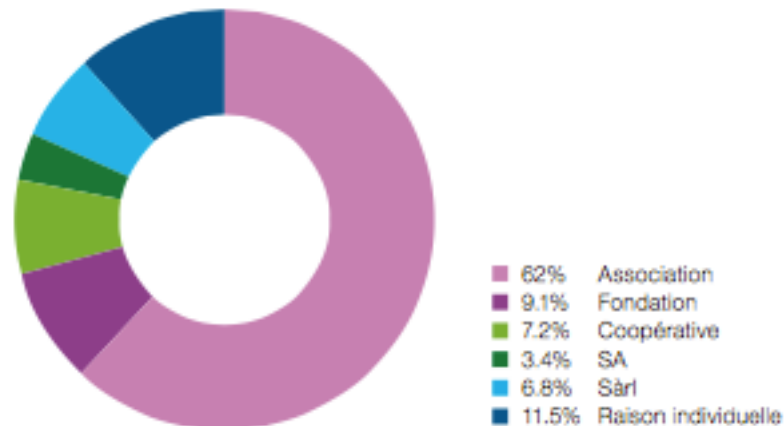
Figure 2: Représentation des domaines d'activité parmi les membres d'Après-GE



(Etude statistique Après GE 2015, p.17)

⁸ Plus d'information sur la page web : https://www.apres-ge.ch/sites/default/files/Etude-statistique-web-APRES-GE_2015.pdf

Figure 3 : Formes juridiques des organisations membres d'Après-GE



(Etude statistique Après-GE 2015, p.18)

1.2.3 Après-GE :

« La mission de la Chambre est donc de continuer à soutenir la créativité et l'innovation sociétale portées par les entreprises sociales et solidaires, afin de faire rayonner l'impact durable et collectif de l'ESS à Genève et dans la région romande. Une autre économie est incontournable et l'économie sociale et solidaire concrétise la voie vers cette transition. » (Après-GE, 2016)

1.2.3.1 Historique⁹ :

En 2004, l'association pour la promotion de l'économie sociale et solidaire « APRES » a organisé les « premières rencontres de l'économie sociale et solidaire genevoise ».

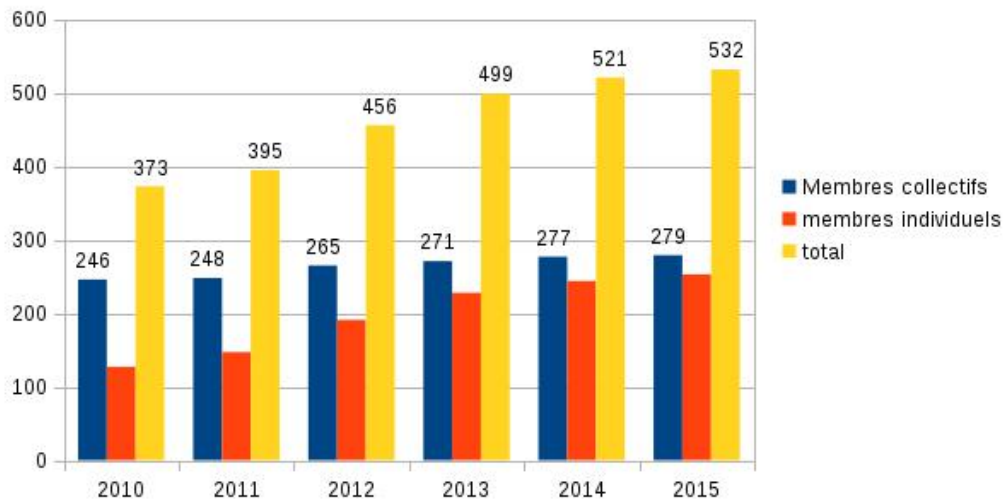
Le 12 juin 2006, l'Assemblée Générale décide de renommer l'association « la Chambre de l'économie sociale et solidaire » : Après-GE.

En 2010, la Chambre compte déjà 250 membres.

Cette Chambre permet de lutter contre la marginalisation des ESS, par la création d'un réseau de solidarité pour soutenir les projets alternatifs. Les ESS sont de plus en plus présentes à remplir la liste des membres.

⁹ Source URL : <https://www.apres-ge.ch/node/29635>

Figure 4: Nombre d'adhérents à Après-GE



(Source : www.apres-ge.ch/node/29636)

Afin d'être membre de la Chambre, des critères bien spécifiques à Genève doivent être remplis. Ces critères inscrits dans la charte d'Après-GE permettent d'évaluer les ESS dans leurs degrés de mise en pratique de ces principes, quelle que soit leur forme juridique.

Il existe différents critères divisés en deux catégories. Des critères à respecter obligatoirement pour être membre d'Après-GE, et des critères conseillés, à titre évolutif, mais non rédhibitoires. Les quatre critères obligatoires sont les suivants (enquête statistique Après-GE 2015, p 8-9) :

- La transparence : transmission des statuts, rapports d'activités, états financiers et rapports de révision des comptes.
- L'intérêt collectif : contribuer à des intérêts collectifs ou, pour le moins, ne pas produire de biens et services contraires à l'intérêt collectif.
- L'autonomie décisionnelle : par rapport aux institutions publiques et à l'économie privée lucrative.
- La lucrativité limitée : définie par la transparence financière, la distribution des bénéfices et la politique salariale.

La 2^e catégorie de critères conseillés et évolutifs (enquête statistique Après-GE 2015, p 8-9):

- Le respect de l'environnement.
- La gestion participative.
- Le management social.

Potentiels et limites d'une communication digitale dans la valorisation des biens et services durables dans la région genevoise

1.2.4 Autre Chambre et autres labels

Chambre Après-VD: La Chambre d'Après-VD a la même fonction que la Chambre d'Après-GE mais pour le canton de Vaud.

« La Chambre de l'économie sociale et solidaire vaudoise s'engage pour soutenir et développer une économie à visage humain et respectueuse de l'environnement dans le canton de Vaud.

Créée en 2009, l'association a pour mission de promouvoir les valeurs de l'économie sociale et solidaire, en travaillant principalement sur les axes suivants :

- Développer le réseau des organisations de l'économie sociale et solidaire actives sur le territoire vaudois.*
- Organiser des activités de promotion de l'économie sociale et solidaire.*
- Soutenir le développement de l'économie sociale et solidaire au niveau local et global. »* (La Chambre d'Après-VD)

B corporation: B corporation est un label de certification pour les entreprises à but lucratif octroyé par l'ONG B Lab. Ce label a été créé dans le but d'encourager une démarche durable qui agit pour le bien collectif au sein des entreprises à but lucratif. En mars 2017, Bcorp compte 2'064 entreprises certifiées provenant de 131 secteurs d'industries différents dans 51 pays différents. (Wikipédia 2017)

Management RSE (responsabilité sociétale de l'entreprise): Ces principes de RSE diffèrent du fonctionnement de l'économie sociale et solidaire par la finalité de l'entreprise. En effet, une entreprise optant pour un management RSE gardera son but final qui est la maximisation de son profit tout en intégrant des valeurs sociales et écologiques, tandis que les ESS ont pour finalité la maximisation de bien-être collectif. Des normes ISO ont été mises en place afin de donner des lignes directrices aux entreprises qui souhaitent s'inscrire dans une démarche plus durable. Il y a des normes d'aide à la mise en place d'actions comme la plus utilisée et la plus ciblée sur le développement durable, la norme ISO 26000.(Audouin, Courtois, Rambaud-Paquin 2009)

Suite à l'intégration de la norme 26000, des labels peuvent être délivrés comme le Label LUCIE basé sur cet ISO.

1.2.5 Freins possibles au développement des entreprises durables

Au vu de mes nombreuses recherches, mes entretiens avec des acteurs de l'économie sociale et solidaire, et mon sondage en ligne, un certain nombre de freins ont pu être identifiés. En voici une liste non exhaustive, tirée du Travail de Bachelor de David Pizzinato (Pizzinato 2015) et de mes recherches personnelles :

Potentiels et limites d'une communication digitale dans la valorisation des biens et services durables dans la région genevoise

- Mode de consommation actuel, passer le pas de l'action quotidienne.
- Manque de confiance des consommateurs trop souvent trompés.
- Pouvoirs publics laissant encore trop de barrières à des mesures plus durables, carences juridiques importantes. (Swaton,2011)
- Entreprises capitalistes toujours leaders, des concurrents bien installés.
- Fragilité financière, car non lucrative ou à lucrativité limitée. Certaines subsistent encore grâce aux subventions et aides diverses.(Swaton, 2011)
- Manque d'information de la population, communication peu développée, manque de visibilité et de crédibilité. (Fanny Bernard Annexe 1)

Le dernier point que j'ai pu relever, et sur lequel je vais me focaliser, est la communication. En effet, certaines ESS imposent encore une résistance. La communication est parfois jugée intrusive, et donc contraire aux valeurs des ESS. Dans une économie de compétitions et de maximisation du profit, les concurrents aux ESS sont bien installés et ont beaucoup de moyens, utilisant parfois de la communication agressive, il est alors difficile aux ESS de s'imposer.

2. Question de recherche: quels sont les potentiels et les limites d'une communication digitale dans la valorisation des biens et services durables de la région genevoise

Actuellement, deux économies se partagent notre monde. La première, l'économie que je nommerai « capitaliste » telle que nous la connaissons depuis des années, est notamment la cause des crises à répétition, des inégalités qui augmentent et d'une planète en danger. Tant d'enjeux qui menacent notre monde sont liés à cette économie qui n'est plus viable. Afin de répondre aux nouveaux besoins de ce monde, une deuxième économie est née, l'économie sociale et solidaire. Une économie d'éthique, de partage, de solidarité et de respect de l'environnement. L'économie sociale et solidaire est une économie qui favorise la transition vers un monde plus durable, mais pourquoi a-t-elle tant de mal à se positionner face à notre économie actuelle ? Plusieurs freins que j'ai énoncé plus haut peuvent en être la cause.

Le manque de communication étant un des freins au développement des entreprises de cette nouvelle économie, je vais concentrer mes recherches sur une communication plus spécifique, la communication digitale. À l'ère d'internet et ses 3,77 milliards d'internautes¹⁰, le web devient une merveilleuse opportunité pour les ESS de toucher la population. Plusieurs questions se posent pour ce Travail de Bachelor. Au sein de l'économie sociale et solidaire, une transformation digitale est-elle vraiment nécessaire ? Quels sont ses avantages et ses inconvénients ? Quelles opportunités sont à leur disposition ? Les exploitent-elles suffisamment ? Tant de questions auxquelles je vais tenter de répondre. Je vais me consacrer principalement à la communication externe visant le public, donc les consommateurs, ou visant les échanges avec les autres ESS. J'emploierai le terme « ESS » tout le long de mon travail, afin de désigner les entreprises à vocation durable et non les ESS membres d'Après-GE seulement. Je ne ferai allusion que brièvement à la communication interne ou envers les autres parties prenantes, et terminerai avec 7 recommandations qui permettront de répondre aux besoins des ESS et de favoriser leur développement.

¹⁰ Source URL : <http://www.blogdumoderateur.com/chiffres-internet/>

3. Méthodologie

3.1 Introduction

Dans un premier temps, j'ai su prendre le temps de me renseigner grâce à des lectures et recherches internet sur le marché actuel, l'économie sociale et solidaire, son fonctionnement et ses valeurs. En parallèle, j'ai également pu comprendre comment et pourquoi la communication était importante pour une entreprise. À quels besoins elle répondait et quels étaient les leviers d'actions à utiliser. J'ai pu, tout au long de mes lectures, lister un grand nombre d'outils de communication dont l'entreprise pouvait disposer afin d'augmenter sa visibilité et communiquer plus efficacement.

Dans un deuxième temps, j'ai interviewé des experts, autant dans le domaine de l'économie sociale et solidaire que dans le domaine de la communication digitale ou encore des logiciels libres. Ces entretiens, guidés par des questions ouvertes et sous forme de discussions, ont pu me donner des pistes de réflexion et des aides précieuses pour mes recherches. Combiner mes lectures avec la vision des experts travaillant directement dans les domaines concernés me permet d'avoir un point de vue solide qui s'aligne avec la réalité du terrain.

À l'aide d'entretiens avec les experts et de mes lectures, j'ai pu créer mon dernier outil de recherche qui a été le sondage en ligne, créé grâce à l'application « Survey Monkey » (<https://de.surveymonkey.com>). Il m'a permis de prendre conscience des besoins et des techniques de communication déjà mises en place et de mieux comprendre comment fonctionnent les ESS à l'heure actuelle, tout cela appuyé par des chiffres. Un total de 150 réponses a pu être récolté, ce qui m'a permis de pousser ma réflexion, justifier, voire comparer des pistes déjà explorées grâce aux experts. Le grand nombre de réponses obtenues a pu me conforter dans l'idée qu'elles illustraient le comportement actuel des ESS et que je pouvais donc m'y fier.

3.2 Communication

Comme mentionné plus haut, un des freins au développement de ces entreprises durables est le manque d'information de la population, dû à un évident problème de communication. Mais à quoi sert une communication d'entreprise et de quels outils se compose-t-elle ? Suite à mes recherches je vais tenter d'y répondre.

La communication permet de favoriser l'évolution de l'identité de l'entreprise et de renforcer son positionnement. La première étape incontestable à une communication

est la connaissance de ses valeurs et ses principes d'entreprise. Il existe plusieurs types de communication, la communication interne, la communication financière, la communication de crise, la communication sociale et la communication publique. (Morel 2015)

3.2.1 Outils traditionnels de communication

Les outils cités ci-dessous proviennent du livre « communication d'entreprise » (Morel 2015). Le premier outil de la communication traditionnelle est **les médias**. Les médias comprennent:

- La presse écrite traditionnelle (presse quotidienne, presse spécialisée, presse magazine, hebdomadaires etc...).
- La presse en ligne.
- La presse audiovisuelle (la radio ainsi que la télévision).

Les outils traditionnels de communication sont complétés par les **relations publiques**. Les relations publiques ont le même objectif que la relation presse mais ne passent cependant pas par les journalistes. Les relations publiques permettent de rentrer en contact direct avec le public souhaité.

Le mécénat : souvent confondu avec le sponsoring, le mécénat encourage certains secteurs comme la science, l'art, l'éducation ou encore l'environnement en les subventionnant. Il permet à l'entreprise qui aide à promouvoir ces domaines, de renforcer son positionnement et d'affirmer ces principes et valeurs.

Outils et moyens de communication complémentaires :

- Salons professionnels
- Événements
- Expositions/affichages
- Blogs
- Réseaux sociaux
- Site web

3.2.2 Communication digitale

En 2015, 88%¹¹ de la population suisse était sur internet, actuellement 3,4 millions¹² de Suisses sont sur Facebook et 980'000¹³ personnes sur Instagram. Ces internautes passent notamment 1h30¹⁴ sur internet chaque jour. Ces chiffres nous montrent bien qu'une partie de l'activité d'un Suisse se trouve sur le web. Que ce soit pour se renseigner ou interagir avec un internaute, une grande masse d'informations afflue sur le web chaque seconde en Suisse. C'est une opportunité pour les ESS d'enrichir le contenu de ses informations diffusées tout en augmentant l'impact de leurs activités.

La communication digitale peut s'inscrire et faire partie intégrante d'une communication responsable. En premier lieu grâce à son côté social par l'utilisation des réseaux sociaux, qui s'inscrit dans la culture actuelle, et deuxièmement par son côté plus « écologique ». En effet, délaissé les flyers ainsi que tout type d'affichage pour de la publication en ligne réduit la consommation de papier.

La communication digitale ne s'étend pas seulement aux réseaux sociaux, elle s'étend à tout ce qui touche au web. Site internet, moteur de recherche, blogs et bien d'autres outils doivent être pris en compte lors de l'optimisation d'une communication digitale. Une transformation digitale peut apporter des avantages : dématérialisation de la communication, réductions des coûts et rapidité de diffusion. (Fayon, Tartar 2014)

La communication digitale, ainsi que le web marketing, sont des stratégies qui nécessitent de la préparation et de l'anticipation. Un cheminement doit se faire, il est primordial de connaître sa cible, vers qui communique l'entreprise ? Sa cible principale, son cœur de cible ou sa cible secondaire. Avant de commencer, il faut définir ses objectifs ainsi que le/les désir/s de l'entreprise . Travailler sur sa notoriété et son image,

¹¹ Source URL :<http://www.journaldunet.com/web-tech/chiffres-internet/suisse/paysche>

¹² Source URL :<https://www.pme-web.com/nombre-utilisateurs-reseau-social-suisse/>

¹³ Source URL :<https://www.pme-web.com/nombre-utilisateurs-instagram-suisse-2016/>

¹⁴ Source URL :<http://www.ecommercemag.fr/Thematique/indicateurs-1010/Breves/etude-internautes-passent-1h30-chaque-jour-Web-311279.htm>

augmenter son trafic, avoir davantage de nouveaux clients, faire plus de ventes, créer plus de liens avec ses clients par exemple. En fonction des objectifs fixés, il est désormais temps de choisir les outils adéquats.(Oualidi 2013)

3.2.2.1 Outils de la communication digitale

Je vais m'occuper ici de vous lister les différents outils qui existent dans le monde de la communication digitale en ne faisant pas encore le lien avec les principes de durabilité. Certains outils pourront être utiles aux ESS, comme d'autres absolument pas. Les outils et logiciels cités ci-dessous ne sont pas des logiciels libres, ce sont des logiciels privatifs. Ces outils, ainsi que leur description, sont tirés des livres « Web marketing et communication digitale : 60 outils pour communiquer efficacement auprès de ses cibles » (Gayet, Marie 2016), « les outils de la communication digitale » (Oualidi 2013) et « optimiser sa communication digitale »(Réguer 2010). Ces sources sont valables jusqu'au chapitre « 3.2.2 Les impacts écologiques et sociaux des outils digitaux ».

3.2.2.1.1 Outils généraux

Application mobile: Grâce à l'augmentation de l'utilisation des smartphones, une majorité de personnes possède du réseau à tout moment. L'application mobile est un logiciel entièrement créé et désigné pour les smartphones. Il se compare au site web qui peut être utilisé pour smartphones mais ne remplit pas exactement les mêmes fonctions.

Avantages :

- Pouvoir personnaliser son interface en fonction de l'image de l'entreprise
- Une meilleure ergonomie et plus de rapidité qu'un site mobile
- Plus interactif
- Bénéficie des fonctionnalités du smartphone

Inconvénients :

- Son coût
- Processus de validation qui prend du temps

Campagne d'e-mailing: 200 millions d'emails sont envoyés chaque jour dans le monde ce qui peut susciter l'envie des entreprises. L'objectif étant de prendre une base de données de contact et d'envoyer en un clic les informations/publications souhaitées.

Avantages :

- Gratuit

Potentiels et limites d'une communication digitale dans la valorisation des biens et services durables dans la région genevoise

- Grande diffusion
- Fidélisation des clients
- Analyse et statistiques sur les e-mails envoyés

Inconvénients :

- Pas de possibilités de modification après l'envoi
- Risque que l'e-mail soit reçu dans les spams

Newsletter: Envoi d'informations au client par e-mail afin de fidéliser et de garder un contact permanent avec le client. Même avantages et inconvénients que l'e-mailing.

Campagnes SMS: Le message envoyé arrive la plupart du temps à destination et il est lu dans plus de 97% des cas. Il est possible d'envoyer des offres, des invitations à des événements, des alertes ainsi que diverses informations.

Avantages :

- Peu coûteux
- Simple et rapide
- Retour sur investissement favorable
- Interactif

Inconvénients :

- Risque d'empiéter sur la vie privée des clients
- Nécessite une base de données avec les numéros de téléphone

Logiciel CRM (Customer Relationship Management) : logiciel permettant de gérer la relation client, le SAV (service après vente) à l'ère des réseaux sociaux.

Avantages :

- Fidélise les clients
- Peu coûteux
- Permet de mieux connaître ses clients
- Augmente la productivité d'une entreprise

Inconvénients :

- Peu être compliqué à utiliser
- Compliqué à mettre en place

3.2.2.1.2 Pour le site internet

Les tendances actuelles pour le site internet ou sur le web en général, sont les vidéos de 2 à 3 minutes. Le site se veut épuré et rapide d'utilisation.

Tiffany Gerber (Annexe 2) « *En ce moment, les vidéos marchent de plus en plus, on peut le voir sur Facebook avec les vidéos sous-titrées* »

Google Analytics :

Grâce à Google Analytics, une entreprise peut savoir quel genre de personne visite le plus souvent leur site internet, c'est une bonne indication si l'entreprise n'est pas certaine de sa cible. Cet outil permet de connaître le nombre de visites, le nombre de pages vues, le temps passé sur le site, le nombre de nouveaux visiteurs et l'origine des visiteurs. Il permet de savoir quels médias sociaux nous apportent le plus de trafic, permet de mesurer les partages sur les réseaux sociaux, et bien d'autres fonctionnalités sont disponibles.

Avantages: permet de dresser un portrait type de visiteur (lui attribuer un métier, un trait de caractère, une habitude etc...), en aillant une meilleure connaissance de sa cible il est plus facile de répondre à ses besoins.

Les limites de Google Analytics: de nombreuses données peuvent être difficiles à trier, un flux d'informations important. Il est impératif de suivre l'évolution des données, donc sans cesse de les analyser.

CMS (Content Management System) :

Optimiser son site web grâce à l'application CMS: application informatique permettant de gérer et d'animer le contenu interface unique qui centralise la gestion du site.

Avantage: open source est gratuit, il propose un grand nombre de logiciel.

Limites CMS: les abonnements à des licences auprès d'éditeurs sont payants, ces abonnements sont plus sécurisants.

SEM (Search Engine Marketing) : il s'agit d'une technique de communication afin d'optimiser son site web, il permet l'amélioration du référencement du site web de l'entreprise sur les différents moteurs de recherches. Pour se faire, deux techniques existent, le SEO (Search Engine Optimization) et le SEA (Search Engine Acquisition).

Qu'est-ce que le **SEO** ? Le SEO est un référencement naturel à pratiquer sur le long terme, basé sur l'e-réputation, les partages, les commentaires, photos et vidéos de l'entreprise, il permet à l'entreprise d'augmenter sa visibilité sur le web et les plateformes sociales. Cette technique se base également sur l'utilisation de mots clés: plus les mots clés, choisis par l'entreprise en fonction de ses domaines d'activité, seront présents sur leur site web ou leurs réseaux sociaux, plus l'entreprise apparaîtra en haut des résultats sur les différents moteurs de recherches.

Qu'est-ce que le **SEA** (Search Engine Acquisition) ? C'est une autre technique qui est, contrairement au SEO, payante. Elle consiste à acheter des mots clés liés à l'activité de l'entreprise afin que les clients qui tapent un ou plusieurs de ces mots clés sur un moteur de recherche tombent plus rapidement sur leur site web. Le prix varie en fonction du temps plus ou moins long et de la période plus ou moins demandée de l'année. Une mesure payante mais qui permet de mesurer exactement le nombre de clics en fonction des mots clés.

Optimiser son site web pour les réseaux sociaux. La technique s'appelle **SMO** (Social Media Optimization), elle consiste à améliorer le référencement de son site internet sur les différents moteurs de recherche mais dans ce cas, grâce aux réseaux sociaux. Plus il y aura de liens vers le site web sur les réseaux sociaux que ce soit Facebook, Twitter ou Instagram par exemple, plus le site figurera en haut des moteurs de recherches, donc atteindra plus vite sa cible. "Google my business" est un réseau social pour les entreprises. Comme son nom l'indique, il a été créé par Google, c'est le réseau social le plus influent sur les moteurs de recherche, il est donc fortement recommandé de se créer un compte. Le but du SMO est donc de multiplier la présence des liens sur les réseaux sociaux et les forums afin que le contenu soit le plus partagé possible, et ainsi, le site peut apparaître le plus haut possible dans les moteurs de recherche. Les liens des réseaux sociaux doivent également figurer le plus possible sur le site web pour favoriser les passages et les interactions. Le fait d'activer les commentaires le plus rapidement possible favorise les interactions avec les différentes parties prenantes, cela permet de montrer que vous êtes ouverts aux remarques/critiques.

3.2.2.1.3 Pour les réseaux sociaux

Publicité à l'ère du digital: appelée display, la publicité en ligne est de plus en plus utilisée. Actuellement utilisée sur Facebook, Google, et bien d'autres réseaux sociaux, la publicité peut se diviser en deux catégories. Les publicités par liens promotionnels et commerciaux, appelés "search", et les publicités qui apparaissent sous forme de

Potentiels et limites d'une communication digitale dans la valorisation des biens et services durables dans la région genevoise

bannières ou de visuels, la plus utilisée appelée "display". Afin d'optimiser l'impact de ces publicités, il est important de savoir cibler ses potentiels clients, notamment grâce au "geotargetting" permettant de géolocaliser les personnes en fonction de leurs profils.

Il est également possible de faire du " native advertising". Le format de la publicité correspond au format d'une publication standard de la plateforme du réseau social utilisé. L'objectif est de se fondre dans le contenu et de tromper l'utilisateur qui n'y verra pas une publicité commerciale.

Avantages :

- Les bannières jouissent d'une bonne visibilité
- Le taux de clics moyen est élevé

Inconvénients :

- Peu de place pour afficher le message, il faut être clair et concis
- Supports de tailles différentes

Google Alertes est un outil qui permet de gérer sa veille. Google Alertes permet, grâce à des mots clés, de surveiller en permanence qui parle de nous et comment. Une bonne manière de gérer sa réputation.

Avantages :

- Gratuit et simple
- Gérer son e-réputation
- Surveiller ses concurrents

Inconvénients :

- Ne permet pas d'analyser mais seulement d'informer

Relations publiques digitales: prendre de nouveaux influenceurs comme des youtubeurs ou bloggeurs pour parler de l'entreprise. Ces nouveaux leaders d'opinions ont une grande capacité de persuasion et touche un large public.

Avantages :

- Devenir plus crédible
- Augmenter sa visibilité
- Renforcer son image

Inconvénients :

- Le temps : organisation préalable à mettre en place
- Compétences nécessaires

3.2.2.1.4 Différents réseaux sociaux

Facebook, créé depuis 2004, un réseau social qui compte près de 3.6¹⁵ millions d'utilisateurs en Suisse, et près de 1,4 milliard¹⁶ actifs chaque mois dans le monde, ce qui en fait le média le plus utilisé au monde. C'est un espace personnel où l'on peut s'exprimer grâce à des posts, des partages de photos/vidéos. Les entreprises ont accès à des contenus partagés illimités et la possibilité de rendre ses publications publiques ou restreintes.

Avantages pour les entreprises: créer de l'interaction avec le public, possibilité de faire de la publicité payante mais ciblée (large choix d'options), collecter des données de clients ou potentiels clients, augmenter la visibilité de la marque, faire passer des messages qui toucheront beaucoup de monde.

LinkedIn créé depuis 2003, c'est le réseau social professionnel le plus utilisé au monde. Il recense plus de 400 millions de membres. Les personnes inscrites peuvent se créer un profil avec leur parcours professionnel (formation et expérience). Des relations professionnelles peuvent donc se créer et favoriser les suggestions de relations. (Wikipédia 2017)

Avantages pour les entreprises: augmenter la visibilité de la marque, faire de la publicité, publier des offres d'emploi, recruter des candidats selon les valeurs de l'entreprise et favoriser les relations.

Twitter créé depuis 2006, compte désormais 300 millions d'utilisateurs actifs par mois dans le monde. Très grande plateforme de partage d'informations à travers le monde entier, il permet de créer des publications ouvertes aux publics ou à un groupe restreint d'un maximum de 140 caractères. Cette plateforme est rapide et facile d'utilisation. (Wikipédia 2017)

¹⁵ Plus d'information sur le site : <https://www.pme-web.com/nombre-utilisateurs-facebook-suisse-2016/>

¹⁶ Note de bas de page « 15 », Idem.

Avantages pour les entreprises: Il permet d'assurer son e-réputation en permanence, de communiquer en direct, de diffuser sa communication à un large public ainsi que de susciter l'interaction et l'engagement.

Youtube créé depuis 2005 par Google, cette plateforme de vidéo est actuellement la plus regardée sur internet avec ses un milliard d'utilisateurs dans le monde. Cet engouement a fait apparaître un nouveau métier, celui de "youtuber", devenus des influenceurs du net grâce à leurs vidéos publiées.(Wikipédia 2017)

Avantages pour les entreprises: toucher un grand nombre de personnes rapidement, montrer sa modernité en communiquant grâce à des vidéos ou encore publier sa *storytelling*¹⁷ rapprochant les gens des engagements de l'entreprise et de son histoire.

Instagram et **Pinterest**, créés depuis 2010, regroupant a eux deux 650 millions¹⁸ de personnes dans le monde, sont des réseaux sociaux de partages de photos. Publication de photos créatives permettant de mettre en valeur l'entreprise et montrant ses produits/services ou encore ces collaborateurs. Une photo permet de susciter une envie ou mettre en image une histoire.

Avantages pour les entreprises: si les photos sont de bonne qualité et créatives, elles permettent de raconter l'histoire de l'entreprise, l'engagement, et donc de susciter une émotion.

Réseaux sociaux de niche: quand certains préfèrent privilégier les grands réseaux sociaux comme Facebook qui touche un large public, certains préfèrent la qualité. Il en existe des centaines tournant autour de différents thèmes comme le développement durable, le vélo, un quartier etc...

De nouveaux métiers sont désormais créés grâce à la communication digitale, tels que : chef de projet e-CRM, SEO manager, community manager (voix de l'entreprise sur le web) et bien d'autres.

¹⁷ Plus d'information sur le site : <https://www.definitions-marketing.com/definition/storytelling/>

¹⁸ Plus d'information sur le site : <http://www.blogdumoderateur.com/chiffres-reseaux-sociaux/>

3.2.2.2 Les impacts écologiques et sociaux des outils digitaux

3.2.2.2.1 Introduction

Tous les outils cités précédemment peuvent être très utiles aux entreprises telles que les ESS mais ils doivent être utilisés de manière réfléchie en étant conscientes des impacts.

Quoiqu'il en soit, ces outils permettent de toucher et rallier un grand nombre de personnes à la cause de l'entreprise. Le changement de mentalité passe par l'information et si cette dernière n'atteint pas les destinataires, le changement prendra plus de temps. Ainsi, en informant mieux le client, il pourra devenir lui-même un prescripteur de l'économie sociale de solidaire.

3.2.2.2.2 Impacts écologiques des outils digitaux

Malgré la dématérialisation des outils de communication, la communication digitale est non sans risque pour l'environnement. Les outils digitaux peuvent générer des déchets nocifs pour l'environnement et sont gourmands en énergie.

Des chiffres qui parlent d'eux-mêmes : tous les chiffres qui vont suivre concernant les impacts écologiques des outils digitaux sont tirés du « Guide WWF » (Guide_wwf_TIC.pdf, 2011) et du livre « Impact écologiques des TIC : les faces cachées de l'immatérialité » (Berthoud, Balin 2012) :

Quasiment 50% du poids d'un déchet d'équipement réseau est rejeté sous forme de CO₂ dans l'atmosphère.

56% des impacts CO₂ de la phase de production sont générés par la production des cartes mères.

5% des émissions de gaz à effet de serre émises en France proviennent des TIC (technologie d'information et de communication).

7,7 % de la production mondiale d'or et d'argent est destiné aux matériaux électriques et électroniques.

240 kilos de combustibles fossiles et 22 kilos de produits chimiques sont nécessaires à la production d'un poste de travail de 17'.

Épuisement des ressources non renouvelables :

Potentiels et limites d'une communication digitale dans la valorisation des biens et services durables dans la région genevoise

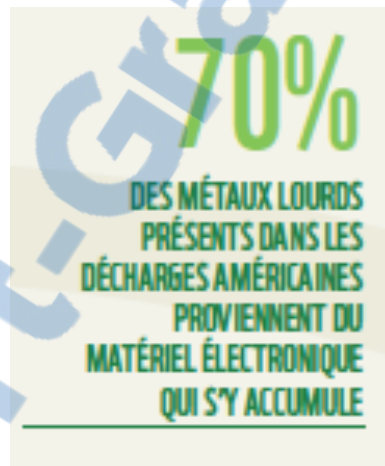
Un ordinateur est composé d'importantes quantités de métaux précieux tels que le minerai, le terbium, l'hafnium, l'argent, l'or, le zinc, le coltan, etc... d'ici 30 ans, ces gisements seront épuisés.

Une puce électronique pesant 2 grammes demande 2 kg de matières premières et 30 kilos d'eau. Ce qui est encore plus inquiétant, c'est qu'avec l'évolution des technologies la production de ces puces ne cesse d'augmenter.

Pollution par des substances toxiques :

De nombreuses substances chimiques dangereuses pour l'environnement et la santé sont présentes dans les TIC. Là où l'exposition est la plus dangereuse pour la santé des travailleurs se passe lors de la fabrication ou le démantèlement du matériel.

Figure 5: Pourcentage de métaux lourds présents dans les décharges américaines



(WWF, 2011)

Déchets électroniques :

Les déchets d'équipements électriques et électroniques abrégés « DEEE » ne font que croître en France à hauteur de 2 à 3% de plus chaque année.

370 506 tonnes de matériels informatiques destinés au monde professionnel ont été vendues entre 2006 et 2009.

Le problème principal lié aux déchets d'équipements électriques et électroniques est que les techniques de recyclage ne sont pas au point et polluent énormément.

Data center et énergie :

Ces infrastructures consomment énormément d'électricité et dégagent énormément de chaleur qu'il faut refroidir. Des sociétés comme Facebook et Google stockent énormément de données, construisent leurs Data Center qui consomment autant d'électricité que des villes de 50 000 habitants. Il y a quelques années, Greenpeace a également épinglé Facebook sur sa politique énergétique, basée principalement sur le charbon (journal le Monde, 2010).

« Si l'on prend un serveur, 80% de l'énergie consommée n'est pas pour le bien collectif, mais pour amasser des données dans des Data Centers et les étudier.[...] La phase qui utilise le plus d'énergie est à la production de l'ordinateur. [...]»
(Maurizio Notarangelo, Annexe 3)

3.2.2.2.3 Impacts sociaux des réseaux sociaux

La gestion de notre vie privée:

« Facebook est une entreprise dont le modèle économique repose sur la collecte des données personnelles de ses utilisateurs pour les revendre à des courtiers en données commerciales: Nous sommes le produit que Facebook vend. Nous lui opposons le modèle et l'idéologie des logiciels libres et des réseaux sociaux décentralisés, insensibles à la censure. »
(sortirdefacebook.com, 2017)

En publiant leurs photos, leurs vidéos et leurs données personnelles, les internautes s'exposent. Les données personnelles sont collectées par le réseau social en question à des fins commerciales ou publicitaires. Les données sont collectées afin de pouvoir personnaliser les résultats du moteur de recherche par exemple. Ensuite, elles peuvent être stockées dans le « Cloud » (nuage informatique) afin que des entreprises puissent en tirer des profils de personnalités et identifier de potentiels clients (avec la date de naissance, le sexe, les intérêts la localisation, etc.). (jeunesetmedias.ch, 2011)

Il y a actuellement une controverse croissante sur l'enjeu des réseaux sociaux actuels. Malgré les impacts négatifs que nous venons de voir, les réseaux sociaux restent la manière la plus rapide et la moins chère pour toucher le maximum de monde. Les réseaux sociaux actuels sont les plus efficaces en terme de visibilité, mais restent des logiciels centralisés, non libres.

3.2.2.3 Autres limites des outils digitaux

- Citoyens non connectés
- Mauvais réseau
- Manque de compétences

- Manque de ressources
- Résistance aux changements

3.2.2.4 Les logiciels non libres

Les réseaux sociaux et les outils digitaux non libres (« propriétaires ») comme Facebook, Google, Hotmail et bien d'autres, empêchent les 4 libertés des logiciels que sont : l'exécution du logiciel pour tout type d'utilisation, l'étude de son code source, la distribution de copies et la modification/amélioration du code source (Maurizio Notarangelo, Annexe 3)

Ces outils et réseaux sociaux créent des monopoles bloquant l'évolution des outils par le partage et pour le bien commun.

Les logiciels propriétaires, sont également soupçonnés d'espionnage, comme ont pu l'être Skype et Windows, les codes fermés nous empêchent de savoir où atterrissent nos données personnelles et à quel usage elles sont destinées, il y a donc violation de la vie privée dans certains cas (Wikipédia, 2017). Facebook et Google, qui ont accès à un grand nombre d'informations sur leurs internautes, récoltent les données personnelles et les utilisent à des fins financières, notamment en gonflant certains prix sur Google ou en ciblant les publicités sur Facebook. (Challenges 2014)

Afin de contrer ces phénomènes, des alternatives ont pu être créées, elles s'appellent les logiciels libres, ils garantissent les libertés d'internet.

3.2.3 Outils digitaux: les alternatives durables

Ces logiciels propriétaires, exploitant nos données personnelles, ont vu émerger de potentiels concurrents, les logiciels dit « libres », promettant aux internautes sécurité de la vie privée et fiabilité d'utilisation.

3.2.3.1 Outils libres

« La « liberté logicielle » concourt donc à l'exercice de nos libertés fondamentales. Un logiciel est libre si nous pouvons l'utiliser, accéder à son code source, le modifier, et en distribuer des copies. De la sorte, le logiciel libre garantit les libertés des utilisateurs. Il constitue un bien commun qui se développe sous un meilleur contrôle citoyen, favorise l'émancipation des utilisateurs, et encourage au partage de la connaissance. »
(Guide libre association April, 2016)

Des organisations font depuis des années la promotion de ces logiciels libres, notamment en publiant des guides de bonnes pratiques, en sensibilisant aux dangers

des monopoles acentrés, ils publient également des articles et des enquêtes. Quatre grandes organisations sortent du lot :

- April¹⁹ : milite contre des dangers qui concernent internet, mais s'étend également à d'autres champs (agriculture, médicaments, etc....).
- CeCILL²⁰ : licence de logiciels libres qui garantit aux utilisateurs le respect du droit français au sujet des logiciels libres.
- Framasoft²¹ : association qui se déploie en 3 axes, promotion, diffusion et développement de logiciels libres.
- La Free Software Foundation : créée par Richard Stallman, le créateur du projet GNU²², à l'origine de la première licence libre GNU General Public Licence, toujours en première ligne pour défendre le logiciel libre. (Wikipédia 2017)

Quatre libertés définissent le logiciel libre (par la Free Software Foundation²³) :

- la liberté d'exécuter le programme pour tous les usages.
- la liberté d'étudier le fonctionnement du programme et de l'adapter aux besoins.
- la liberté de distribuer des copies du programme.
- la liberté d'améliorer le programme et d'en diffuser les améliorations.

Les logiciels libres partagent un grand nombre de valeurs communes avec celles des ESS notamment, la solidarité, le partage de connaissance, la transparence et le respect de la personne.

Bénéfices des logiciels libres pour les ESS (Guide libre association April, 2016):

- Éthique du partage de la connaissance
- Réductions des coûts informatiques
- Adaptation aux besoins spécifiques de l'entreprise
- Autonomie

¹⁹ Source URL : <https://www.april.org/association>

²⁰ Source URL : <http://www.cecill.info>

²¹ Source URL : <https://fr.wikipedia.org/wiki/Framasoft>

²² Plus d'information sur : <https://www.debian.org/releases/wheezy/mips/ch01s02.html.fr>

²³ Source URL : https://fr.wikipedia.org/wiki/Free_Software_Foundation

- Fiabilité et sécurité
- Évolution constante des logiciels
- Protection des données personnelles
- Prolonge la vie des ordinateurs
- Simple d'utilisation

Inconvénients (Guide libre association April, 2016) :

- Faible compatibilité avec les logiciels propriétaires
- Position dominante de Microsoft, peu de systèmes GNU/Linux

Dans son projet « degooglisons internet », Framasoft (association qui œuvre dans la promotion des logiciels libres) met à disposition un grand nombre d'alternatives aux outils classique tels que Google, Facebook, Youtube, Agenda, Doodle et bien d'autres, appelé également outils GAFAM (Google, Apple, Facebook, Amazon, Microsoft).²⁴

Ces outils proposent les mêmes services mais en suivant une ligne éthique basée sur les principes LEDS (Libres, Éthiques, Décentralisés et Solidaires). Ces services sont mis en place par Framasoft à la demande des entreprises, mais peuvent également être installés par les utilisateurs à l'aide de guides détaillés²⁵.

Ci-dessous une liste, non-exhaustive, d'outils libres à la disposition des entreprises. Cette liste a pu être composée grâce aux entretiens avec Maurizio Notarangelo et Lionel Lourdin tous deux experts en logiciels libres, mais également à l'aide du guide libre association de April (Guide libre association April, 2016).

Firefox (<https://www.mozilla.org/fr/firefox/new/>):

Firefox est une alternative à Safari, Google Chrome ou encore Internet Explorer. Proposant les mêmes services que les autres navigateurs, il est même plus riche en fonctionnalité et libre.

Thunderbird (<https://www.mozilla.org/fr/thunderbird/>):

Ce logiciel permet de créer une adresse e-mail libre. Créé par la fondation Mozilla, ce logiciel est de confiance et peu cher (moins de 12 euros par an). Il est également

²⁴ Source URL : <https://degooglisons-internet.org>

²⁵ Source : Idem note de bas de page n 25

possible d'utiliser des adresses e-mail telles que @mailz.org, @sud-ouest.org, @aquitania.org ou @neutralite.org de l'association sud-ouest.org. Le prix est libre et les données personnelles ne sont pas récoltées.

Comme **moteur de recherche** libre, il existe **Ecosia**, qui renvoie au résultat de Bing, c'est un moteur de recherche qui fonctionne avec une interface similaire à celle de Google mais dont les revenus générés par les publicités du moteur de recherche sont utilisés afin de planter des arbres. Leur ligne de conduite est la transparence, ils publient chaque mois leurs rapports financiers ainsi que la certification des arbres plantés.

Duck Duck Go (<https://duckduckgo.com>) est un moteur de recherche indépendant qui ne contrôle pas les données des utilisateurs. Il n'est malheureusement pas totalement libre, une partie de son code seulement est ouvert, mais ils soutiennent la promotion des logiciels libres par des dons.

The Gimp (<https://www.gimp.org>) est l'équivalent libre de Photoshop, pour le traitement d'images.

Libre Office (<https://fr.libreoffice.org>), anciennement OpenOffice, est une alternative à Microsoft Office contenant notamment Word et Excel. C'est du traitement de texte qui gère les formats .doc et .docx.

Framasoft œuvre pour la promotion des logiciels libres et a pu mettre en place un grand nombre d'alternatives libres fonctionnant sur Linux, Windows ou encore Mac. Tous les **outils Framasoft** sont disponibles sur leur site à l'adresse suivante: <https://framastart.org>

Des outils sont à disposition, comme Framadate qui remplace Doodle, Framapad pour du texte collaboratif, Framabee qui est un métamoteur de recherche regroupant les résultats d'autres moteurs de recherche, mais sans conserver d'informations sur les utilisateurs, et bien d'autres outils.

3.2.3.2 Réseaux sociaux libres

Les réseaux sociaux présentés ci-dessous sont des **logiciels libres et des réseaux distribués**, ce qui veut dire que l'utilisateur n'est pas contrôlé, ses données personnelles ne sont pas collectées. Ces réseaux sociaux et leur description sont en majorité tirés du site : <https://sortirdefacebook.wordpress.com>, mais également du guide libre association April (Guide libre association April, 2016).

Diaspora (<https://diaspora-fr.org>):

Ce réseau social est une alternative entre Facebook et Twitter, il est très facile à prendre en main. Lancé en 2010 grâce à des dons, le projet continue à évoluer et propose de nouvelles fonctionnalités. Contenant une galerie photo, il est possible de poster des messages en incluant toutes sortes de fichiers, de modifier sa visibilité auprès d'un public précis, se créer un profil public ou privé, suivre des personnes et se référencer grâce à des Hashtags.

« [...] Au niveau technique ils sont super sur la framasphère. C'est entre Twitter et Facebook, forte puissance des hashtags. C'est une alternative de plus en plus utilisée [...]. Sur Genève il y a environ 500 personnes inscrites contre 50'000 sur Facebook, il faut continuer à en parler [...]. (Maurizio Notarangelo, Annexe 3)

Friendica (<http://friendi.ca>):

Friendica dispose de plus de fonctionnalités que Diaspora mais bénéficie d'une mise en page moins étudiée, moins esthétique.

Mastodon (<https://mastodon.social/about>):

Créé en 2016, ce réseau social libre et décentralisé se rapproche des fonctionnalités de Twitter. Il permet de publier jusqu'à 500 caractères quand Twitter n'en permet que 140. Le 11 juin 2017²⁶, Mastodon a atteint les 700'000 utilisateurs ce qui illustre son succès.

Movim (<https://movim.eu>):

Movim est un réseau social composé d'un mur, d'un tchat, d'une galerie photo. Il permet de faire des appels vidéo, de publier un blog public et de tchater avec ses contacts. En constante évolution, il commence à être une alternative qui prend de l'ampleur.

Microblogging :

Il n'est pas un réseau social en soi, mais est un complément. Il permet de publier de court texte ou image. Se rapprochant plus de Twitter, il permet de publier rapidement et d'apparaître sur un fil d'actualité.

La transformation digitale n'est donc pas sans conséquence. Les entreprises qui suivent des valeurs de durabilité se doivent de faire le maximum pour suivre cette ligne de

²⁶ Source URL : [https://fr.wikipedia.org/wiki/Mastodon_\(réseau_social\)](https://fr.wikipedia.org/wiki/Mastodon_(réseau_social))

conduite et être cohérentes. Comme présenté ci-dessus, des alternatives existent et peuvent être facilement utilisées.

Des guides pratiques et d'information sont disponibles. Ces guides sont publiés par les organisations qui promeuvent les logiciels libres tels que :

- « Le guide libre association » Des logiciels pour libérer votre projet associatif par April et Framasoft (<http://guide.libreassociation.info>)
- « Catalogue libre : 26 logiciels libres à découvrir » par April (http://www.april.org/catalogue_libre)
- Sortir de Facebook - enjeux et alternatives (2013) (<https://sortirdefacebook.wordpress.com>)

3.2.3.3 Conclusion: un débat complexe

Les outils de communication non libres, ou les réseaux sociaux non libres, ont certes des impacts sociaux négatifs comme la manipulation des données personnelles et les codes sources fermés, cependant, il n'existe pas à l'heure actuelle d'outils plus efficaces et moins coûteux que ces derniers. La majorité des internautes étant de fervents utilisateurs des outils non libres, la visibilité y est certaine pour les entreprises.

A contrario, les outils et réseaux sociaux libres sont éthiquement plus responsables et garantissent la sécurité des données personnelles. Pour les ESS, la philosophie du libre est plus en cohérence avec leurs valeurs, cependant, n'étant pas encore assez répandus, ces outils libres n'offrent pas une grande visibilité ce qui est un frein au développement d'une ESS. Il n'est pas facile de démontrer que la communication digitale est un secteur humanisé face à la domination du pouvoir économique.

Que ce soit les outils libres, ou les outils non libres, ils consomment tous deux énormément d'énergie au vu des impacts écologiques des ordinateurs.

Les ESS ont besoin d'interagir dans l'environnement général et dans le contexte actuel avec l'économie « capitaliste » dominante. Comment suivre aux mieux ses valeurs tout en évoluant dans un contexte d'hyper connexion ? La communication des entreprises est un milieu très compétitif, notamment grâce aux facilités qu'offre internet. Le flux d'informations devient de plus en plus important et de plus en plus complexe, cela devient un danger pour l'entreprise mais sortir de cet environnement, c'est prendre le risque de rester dans l'ombre et de disparaître.

3.3 Interview d'experts

3.3.1 Les personnes rencontrées

Afin de répondre au mieux à ma problématique, il est important pour moi d'interagir avec des personnalités participant à cette économie sociale et solidaire. Ce développement sera basé en premier lieu sur une rencontre avec Fanny Bernard, en charge du développement et des échanges économiques entre les membres de la Chambre d'Après-GE, complété par un entretien avec Tiffany Gerber, assistante d'enseignement à la Haute École de Gestion, ayant suivie une formation continue en marketing digital à l'ESM à Genève. Afin de mieux comprendre le fonctionnement et les avantages des logiciels libres, j'ai pu interviewer monsieur Maurizio Notarangelo, spécialiste des logiciels libres, coopérateur prestataire au sein de l'entreprise Itopie, et monsieur Lionel Lourdin, expert en logiciels libres. J'ai interviewé madame Catherine Armand en charge de la communication au sein de l'ESS Happy City Lab, l'entreprise étant avancée en communication digitale, notamment sur les réseaux sociaux. Mon dernier entretien fut avec monsieur Anthonin Calderon, qui comme Fanny Bernard est en charge du développement et échanges économiques entre les membres de la Chambre d'Après-GE. Ces entretiens, sous forme de discussions guidées, m'ont permis d'échanger et enrichir mes connaissances, autant au niveau de la communication digitale, que du fonctionnement de l'économie sociale et solidaire.

3.3.2 Points importants relevés lors des entretiens :

Tiffany Gerber (Annexe 2) : assistante d'enseignement à la Haute Ecole de Gestion, ayant suivie une formation continue en marketing digital à l'ESM à Genève, madame Tiffany Gerber a pu m'aiguiller et me faire comprendre le monde de la communication actuelle, avec ces tendances et ces potentiels, comme l'utilisation de la vidéo, de plus en plus utilisée, et la grande visibilité que pouvait offrir un réseau social pour une entreprise. Nous avons pu parler des différents réseaux sociaux existants et de leurs possibilités, mais également de la publicité qu'il était possible de faire et comment cela fonctionnait.

Fanny Bernard (Annexe 1) : Madame Fanny Bernard, en charge du développement et des échanges économiques entre les membres de la Chambre d'Après-GE, a été la première à m'avoir parlé d'un problème de visibilité dans le monde de l'économie sociale et solidaire. Ce problème est dû principalement à la mauvaise image de la communication non conforme aux valeurs éthiques des ESS. Grâce au questionnaire en

ligne, cette réflexion a été légèrement modifiée, c'est notamment à cause d'un manque de temps et de moyens financier que la communication est parfois peu exploitée.

J'ai pu apprendre, lors de cet entretien, que des réunions entre ESS existaient, notamment une réunion avec monsieur Maurizio Notarangelo nommée « 40 outils pour booster son entreprise » afin d'informer et motiver une amélioration de l'utilisation des outils digitaux.

J'ai pu apprendre qu'un grand nombre d'événements était organisé avec Après-GE afin de promouvoir l'entrepreneuriat social et ces projets actuels comme Alternatiba ou la semaine du développement durable.

Une de mes pistes pour les recommandations de ce projet a été confirmée par le fait que des cellules étaient organisées afin de mutualiser la communication des ESS. Des membres d'Après-GE travaillant dans le domaine de la communication pourraient aider ceux qui ont besoin d'améliorer leur communication grâce aux valeurs de solidarité notamment.

Étant connectée en permanence avec les ESS, Fanny Bernard a pu me confirmer que certaines ESS étaient sur Facebook comme Green Apéro, Grenn Community Project ou encore Genève Cultive et qu'elles attiraient beaucoup de monde grâce aux publicités qu'offre ce réseau social.

Une information a retenu mon attention pour de futures recommandations: certains collaborateurs des ESS ne savaient pas quels étaient les valeurs et les principes d'une ESS, il y a donc là un manque d'information qu'il faudrait exploiter.

Une autre information importante m'a été communiquée: Après-GE utilise des outils libres. Cette nouvelle a su me conforter quant au rôle que l'économie sociale et solidaire pouvait prendre. En effet, je suis certaine qu'elle peut être une des premières promotrices du logiciel libre et ici Après-GE montre l'exemple.

Afin de clôturer notre entretien, Fanny Bernard a confirmé que selon ses convictions, la communication n'était pas assez développée dans les ESS et qu'elle méritait d'être améliorée notamment en créant des postes, comme un community manager, tout en respectant les barrières et les freins de chaque entreprise.

Maurizio Notarangelo (Annexe 3) : monsieur Maurizio Notarangelo, spécialiste des logiciels libres, m'a permis de mieux comprendre les potentiels, les limites et la

philosophie qui entourait leur utilisation. Les logiciels libres m'étaient totalement inconnus.

J'ai pu comprendre que les valeurs des logiciels libres se rapprochaient fortement des valeurs des ESS et qu'ils étaient parfaitement adaptés à leur utilisation quotidienne.

Maurizio Notarangelo m'a donné une piste de réflexion: il serait important d'informer les collaborateurs des ESS sur leurs avantages à l'utilisation des logiciels libres afin que petit à petit l'entreprise suive le mouvement. Cette réflexion a été confirmée par mon sondage démontrant que les entreprises avaient été, pour la majorité, informées des logiciels libres grâce à un ou plusieurs de leur(s) collaborateur(s).

Maurizio Notarangelo a pu relever quelques freins, confirmés par mon sondage, comme le manque de temps et de ressources dont disposaient les ESS. Il a également pu relever le manque d'information sur les valeurs promues par les logiciels libres.

Maurizio Notarangelo a pu relever une piste pour mes recommandations qui serait de former 1 ou 2 ambassadeurs au sein de l'ESS qui formeront, à leur tour, d'autres collègues à l'utilisation des logiciels libres, ce qui se fait déjà grâce à des collaborateurs d'Itopie qui se rendent dans les ESS pour parler des avantages du libre. Depuis leurs passages, il y a déjà 4-5 ESS qui sont passées au libre.

Concernant les réseaux sociaux que pourraient utiliser les ESS, Diaspora et Mastodon ont été mentionnés ainsi que leurs différentes fonctionnalités.

Catherine Armand (Annexe 4): grâce à madame Catherine Armand, en charge de la communication au sein de l'ESS Happy City Lab, j'ai pu avoir le point de vue d'une ESS qui exploitait beaucoup les réseaux sociaux comme Facebook, Instagram et Twitter.

Elle a pu me démontrer que l'entreprise pouvait être sur Facebook tout en essayant de publier de l'Open Source. En effet, ils ont publié sur Facebook le guide de création de la boîte d'échange entre voisins, ce qui permet à n'importe qui de reproduire l'idée, cela s'inspire des logiciels libres, c'est du partage de connaissance.

Facebook leur apporte énormément de visibilité, d'échanges de qualités et renforce le lien avec les internautes. Cela fidélise les clients et crée une communauté de partage. Ayant un budget spécial par année pour les publicités Facebook, elles rapportent le double, voire le triple de visibilité à leur poste.

Happy City Lab et l'entreprise de monsieur Christophe Dunand ont pu participer à 3 mois de cours sur les logiciels libres donnés par Lionel Lourdin, spécialiste que j'ai également interviewé.

Lionel Lourdin (Annexe 5) : Lionel Lourdin, expert en logiciels libres, m'a conforté dans l'idée qu'une expansion du parc informatique composée de 100 % de logiciel libre est possible.

J'ai pu apprendre lors de cet entretien qu'il y avait la possibilité de créer, grâce à Diaspora ou Mastodon notamment, des réseaux sociaux spécifiques à un domaine. Créé par plusieurs entreprises, cette plateforme pourra alors renforcer et créer de nouveaux liens, tout cela avec du libre.

Une de mes pistes de recommandation a été guidée par la notion de « tiers-lieu », mécanisme social dont monsieur Lionel Lourdin m'a fait part. L'idée est de réunir plusieurs entreprises, de plusieurs domaines différents, puis analyser les besoins de ces entreprises et réfléchir à la meilleure manière d'y répondre, et sur quels outils se diriger.

Anthonin Calderon : Je n'ai pas retranscrit l'entretien avec monsieur Calderon car il s'est déroulé de manière informelle. Nous avons discuté de mon sondage en ligne et de mes recommandations, il m'a suggéré quelques modifications, il ne s'agissait donc pas de questions précises.

3.4 Sondage en ligne auprès d'ESS

Le mercredi 21 juin 2017, mon questionnaire en ligne (Annexe 6), a été envoyé à un panel composé des ESS de la région suisse romande, et des entreprises à vocation durable n'appartenant pas forcément à Après-GE. Il a été envoyé grâce au carnet d'adresses de Madame Fanny Bernard et Monsieur Anthonin Calderon, tous deux en charge du développement et des échanges économiques entre les membres de la Chambre. Cette enquête, envoyée au nom d'Après-GE pour plus de confiance et de réponses, m'a permise d'identifier les limites et potentiels d'une communication digitale au sein de l'économie sociale et solidaire. Le sondage composé de 27 questions a été clôturé le 12 juillet 2017, un total de 150 réponses a pu être collecté.

Le sondage comporte des questions fermées, ouvertes ou à choix multiples. Il se divise en trois parties. La première partie comprend des questions sur leur communication digitale, comprenant les réseaux sociaux et le site web. La 2^e partie comporte des questions sur les logiciels libres et outils alternatifs. Et enfin une dernière partie

concerne les informations sur l'entreprise avec son nom, son domaine d'activité, son appartenance à une Chambre ou à un label, son nombre de collaborateurs et sa tranche d'âge majoritaire.

Avant d'être envoyé, le questionnaire a été soumis à des tests par mes proches en premier lieu, puis par monsieur Anthonin Calderon qui m'a suggéré quelques modifications à faire avant l'envoi. Ces réponses n'ont pas été prises en compte dans la récolte des résultats.

Quand il sera terminé, mon Travail de Bachelor sera envoyé à la Chambre d'Après-GE ainsi qu'à la Chambre d'Après-VD, il sera donc disponible pour les ESS de Suisse romande qui auront accès aux résultats de ce sondage.

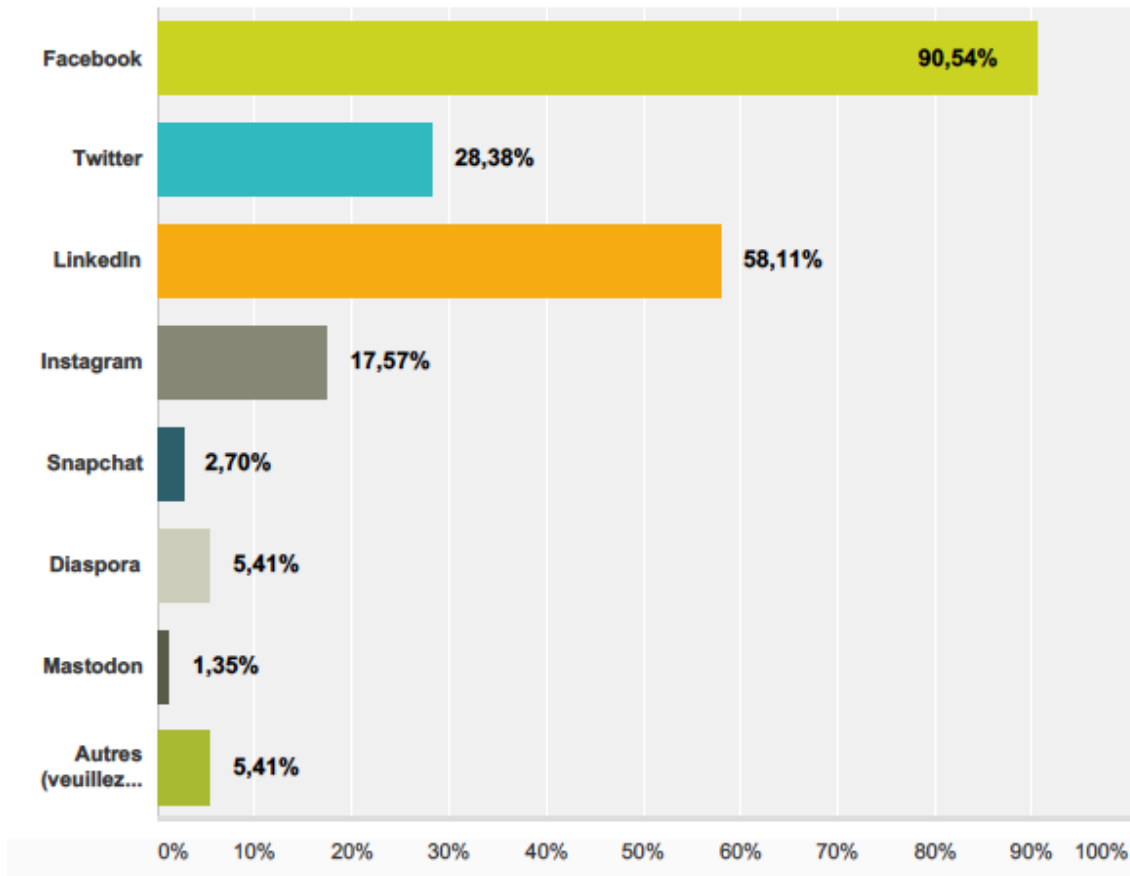
3.4.1 Analyse des résultats du sondage

72 % des ESS sont sur les réseaux sociaux ce qui montre que les ESS n'ignorent pas l'importance du digitale. C'est une utilisation qui donne des opportunités à exploiter par la suite.

Figure 6: Réseaux sociaux utilisés par les ESS

Q2 Sur quels réseaux sociaux êtes-vous actuellement inscrits ? (Plusieurs réponses possibles)

Réponses obtenues : 74 Question ignorée : 76



(Source : Survey Monkey)

Un élément important à dégager de cette 2^{ème} question est que Facebook avec 90% et LinkedIn avec 58 %, arrivent en tête, suivi de Twitter 28 % et Instagram 17%. Facebook étant le réseau social le plus utilisé au monde, il offre une importante visibilité aux entreprises. LinkedIn est également le premier réseau social professionnel, il permet d'échanger entre professionnels et potentiels nouveaux collaborateurs, donc il permet d'élargir le réseau de l'économie sociale et solidaire. L'importance de Facebook avait été relevée lors de mon entretien :

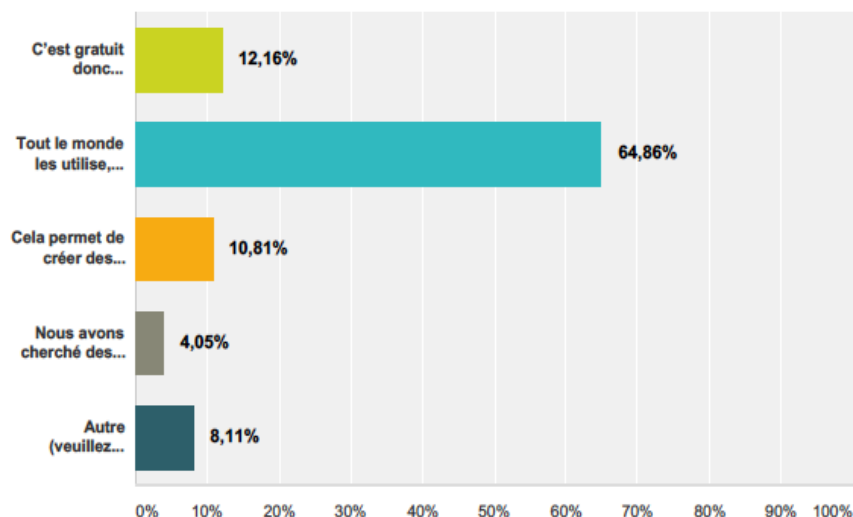
« [...] Les ESS qui utilisent les réseaux sociaux tels que Facebook, ça marche super bien, elles sont bien plus connues. Comme Grenn Apéro ou Green Community Project et Genève Cultive, ce sont des réseaux qui font 2-3 fois par année des événements sur

le développement durable et il y a beaucoup de gens qui s'y rendent notamment parce qu'elles font de la publicité sur Facebook.[...] » (Fanny Bernard, Annexe 1)

Figure 7: Pour quelle raison principale les ESS utilisent les réseaux sociaux

Q4 Quelle affirmation justifie au mieux vos choix? (une seule réponse possible)

Réponses obtenues : 74 Question ignorée : 76



Choix de réponses	Réponses
C'est gratuit donc intéressant pour notre budget limité	12,16% 9
Tout le monde les utilise, cela augmente donc notre visibilité	64,86% 48
Cela permet de créer des publicités ciblées et peu chères	10,81% 8
Nous avons cherché des alternatives plus durables mais nous n'avons rien trouvé d'aussi efficace	4,05% 3
Autre (veuillez préciser)	8,11% 6

(Source : Survey Monkey)

La raison principale à l'utilisation des réseaux sociaux est qu'ils offrent une grande visibilité donc permet de toucher un maximum de personnes pour 64% des ESS. Le besoin de visibilité est donc bien présent. Les autres raisons à leur utilisation sont la gratuité des réseaux sociaux (12%) et la possibilité de créer des publicités ciblées à moindre coût (10%).

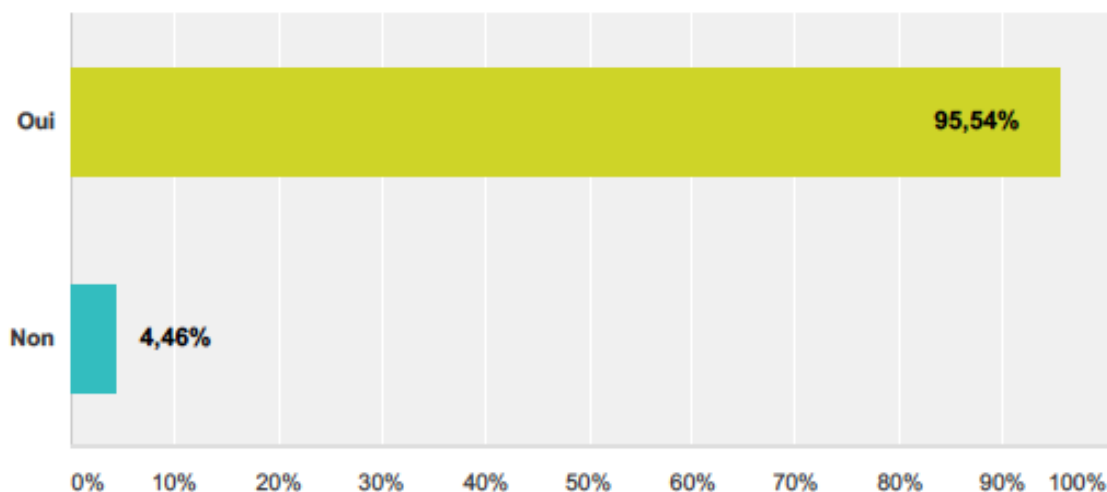
La première raison pour laquelle 27 % des ESS ne sont pas sur les réseaux sociaux est le manque d'intérêt (37%). Si une entreprise n'est pas sur les réseaux sociaux, ce n'est pas forcément pour le fait qu'ils ne suivent pas les valeurs des ESS, car seulement 22% le pensent, mais bien parce qu'elles n'y voient pas d'intérêt. Selon mon interprétation,

une partie de ces entreprises n'ont peut-être pas la connaissance et les compétences suffisantes pour savoir que les réseaux sociaux peuvent répondre à leurs besoins.

Figure 8: Les ESS possèdent-elles un site web

Q7 Votre entreprise possède-t-elle un site web?

Réponses obtenues : 112 Question ignorée : 38



(Source : Survey Monkey)

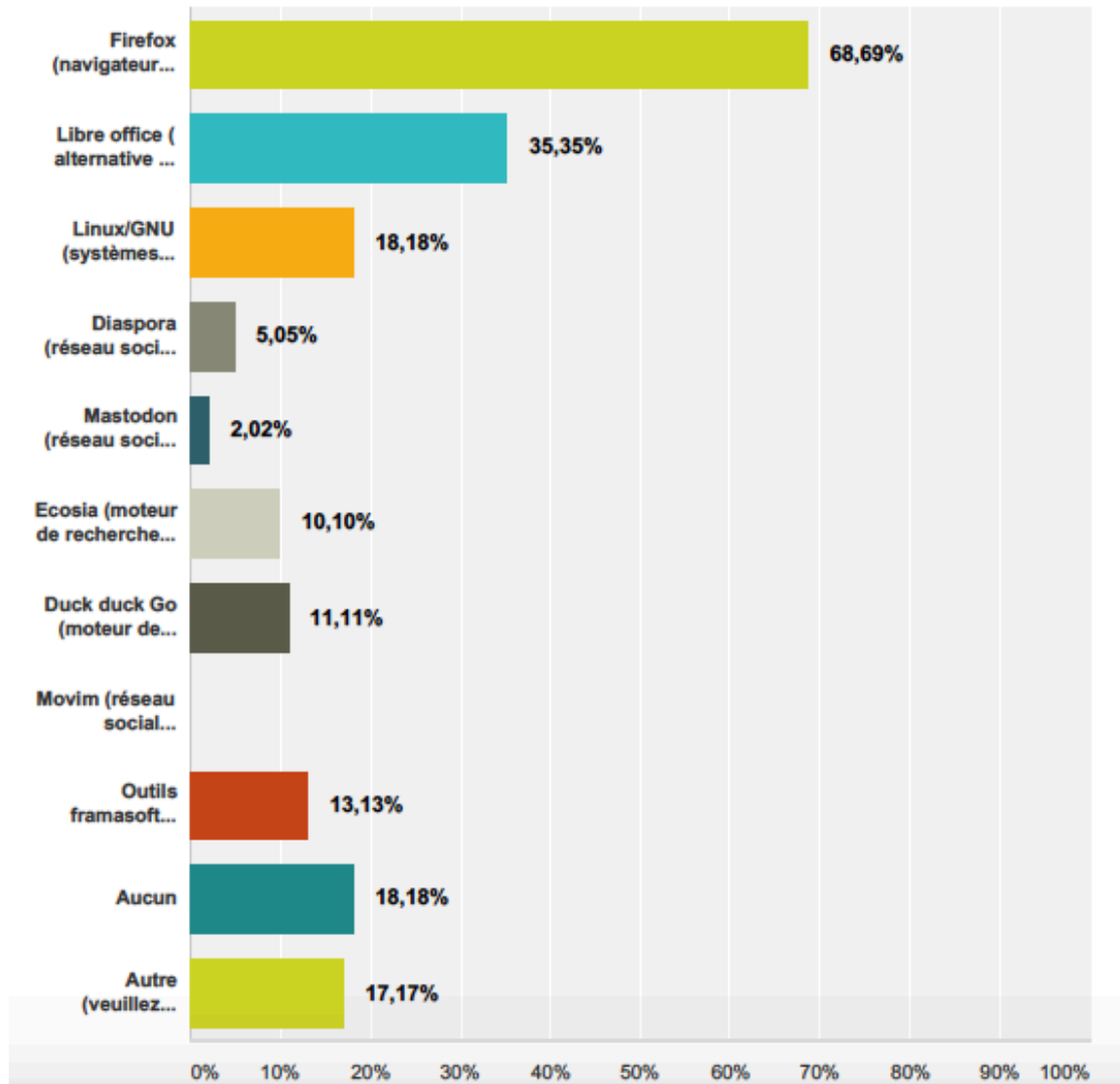
L'écrasante majorité (95%) des ESS possèdent un site web, c'est une opportunité à exploiter.

Pour le futur, et si elles en avaient les moyens, les ESS se focaliseraient sur leur site web (56%) et sur leur réseaux sociaux (36%), l'application mobile ne les intéressant que très peu (6%). Une piste pour mes recommandations, serait de proposer des formations pour apprendre à développer leur site web et leurs réseaux sociaux.

Figure 9: Quels logiciels libres utilisent les ESS

Q12 Quels logiciels libres/alternatives durables suivants utilise votre entreprise ? (plusieurs réponses possibles)

Réponses obtenues : 99 Question ignorée : 51



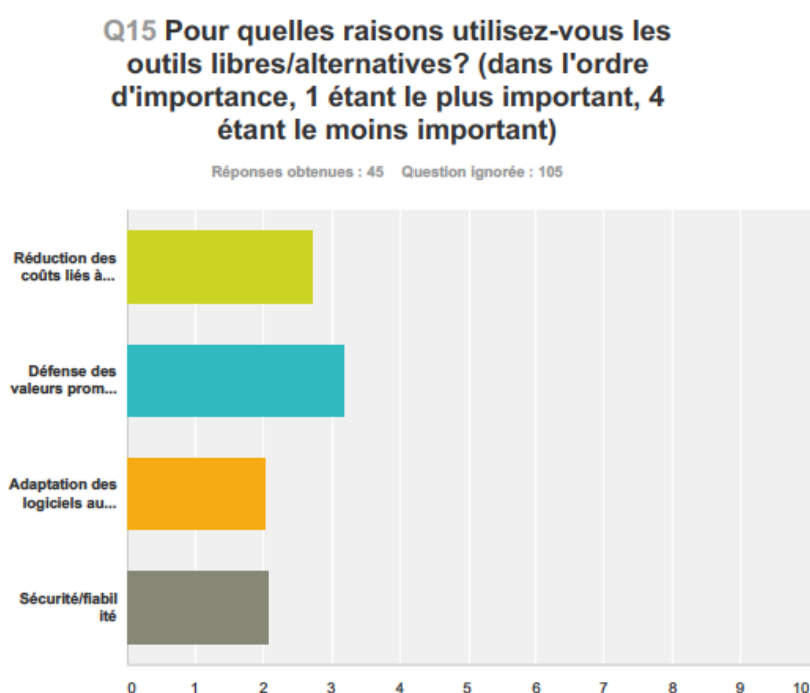
(Source : Survey Monkey)

Firefox est l'outil libre le plus utilisé dans une ESS avec 68 % des entreprises, suivi par Libre Office avec 35% et les systèmes Linux (18%). Des moteurs de recherche plus durables sont également utilisés avec Ecosia (10%), et Duck Duck Go (11%). Cela démontre que les entreprises ont une certaine notion de ce qu'est un logiciel libre et tentent de les utiliser. En effet, 64% des ESS utilisent entre 0 et 30% de logiciels libres,

19% des ESS utilisent entre 30 et 60% de logiciels libres et seulement 16% des ESS utilisent plus de 60% de libre.

Le frein le plus important au développement de l'utilisation des logiciels libres est le manque de compétences (38%), suivi d'une situation jugée suffisante par 27 %, d'un manque de temps et de moyens financiers (11%), du manque de visibilité qu'offrent les réseaux sociaux libres (6%). Pour les logiciels libres, le frein n'est pas le manque de temps et d'argent comme pour la communication digitale, mais un manque d'intérêt ou de compétences ce qui pourraient être dû à un manque d'information, ce qui me permet d'imaginer une recommandation: offrir des formations sur les logiciels libres.

Figure 10: Pour quelle raison les ESS utilisent les logiciels libres



	1	2	3	4	Total	Score
Réduction des coûts liés à l'informatique (investissement sur le long terme)	28,89% 13	33,33% 15	17,78% 8	20,00% 9	45	2,71
Défense des valeurs promues par les logiciels libres (écologiques, économiques et sociales)	53,33% 24	28,89% 13	2,22% 1	15,56% 7	45	3,20
Adaptation des logiciels aux besoins spécifiques de l'entreprise	8,89% 4	15,56% 7	44,44% 20	31,11% 14	45	2,02
Sécurité/fiabilité	8,89% 4	22,22% 10	35,56% 16	33,33% 15	45	2,07

(Source : Survey Monkey)

La première raison à l'utilisation des logiciels libres est la défense des valeurs promues (53%), ce qui m'encourage dans mes pistes de réflexion, car cela confirme que les ESS veulent être les plus cohérentes possible dans leur activité, et cela passe par

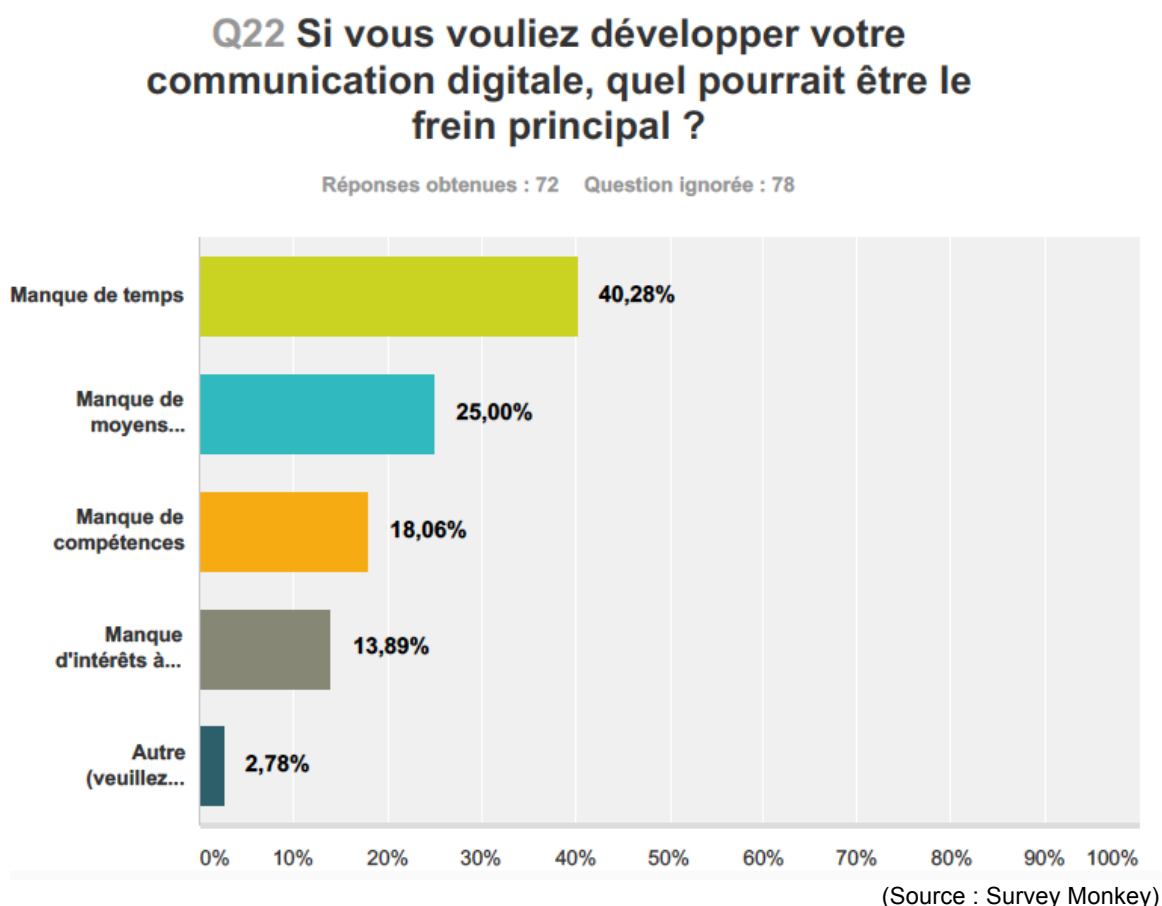
Potentiels et limites d'une communication digitale dans la valorisation des biens et services durables dans la région genevoise

l'informatique. La 2^e raison est la réduction de coût lié à l'informatique (33%), suivi de l'adaptation des logiciels aux besoins des entreprises (44%) et la sécurité et fiabilité qu'ils offrent également (33%).

C'est majoritairement (56%) grâce à un collaborateur que l'entreprise a commencé à utiliser des logiciels libres, suite à un événement précis (24%) et par un intervenant externe (19%). Cela m'amène à dire que les collaborateurs personnellement impliqués peuvent être les premiers à faire la promotion de ces logiciels, ce sont les premières ressources dans l'entreprise.

Que ce soit la communication générale ou la communication digitale, l'équivalent plein temps est inférieur à 40% dans respectivement 77% et 78% des cas. Cela correspond parfaitement aux réponses suivantes qui donnent comme frein principal au développement de leur communication digitale le manque de temps (40%), le manque de moyens financiers (25%), le manque de compétences (18%) et le manque d'intérêt (13%). Ces limites devront être prises en compte dans l'élaboration de mes recommandations.

Figure 11: Frein au développement d'une communication digitale pour les ESS

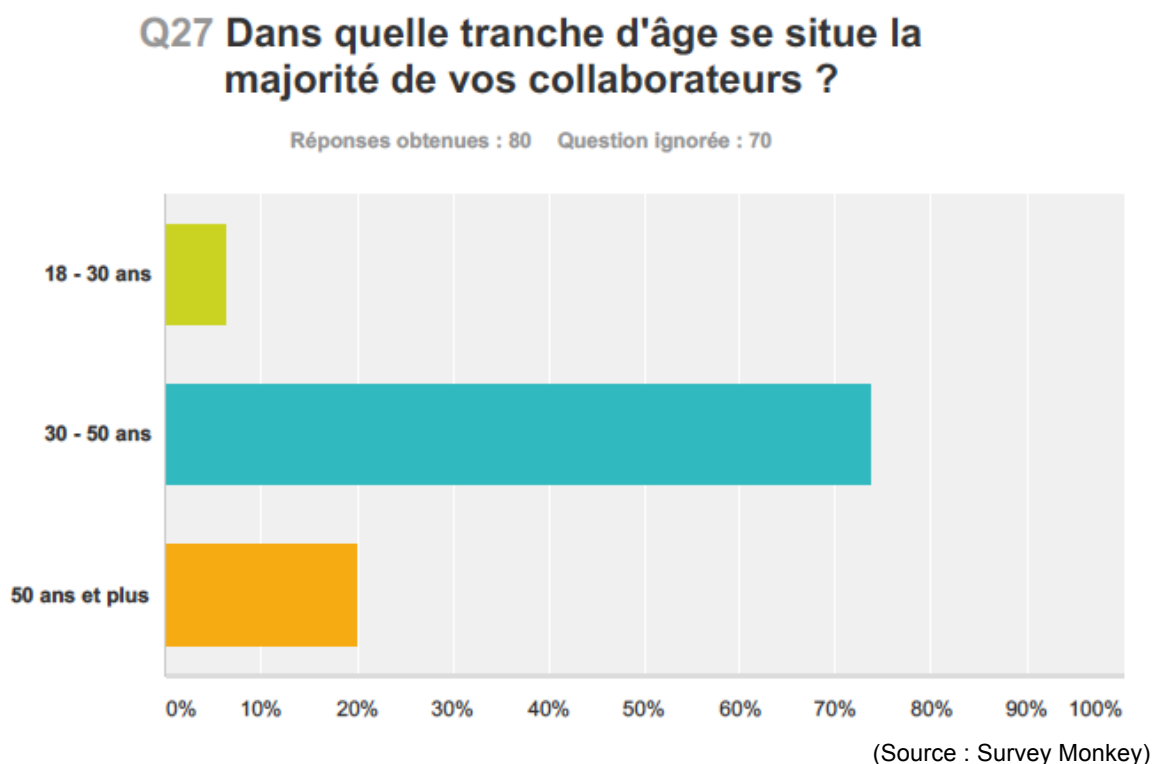


Potentiels et limites d'une communication digitale dans la valorisation des biens et services durables dans la région genevoise

La dernière partie de ce sondage porte sur les informations de l'entreprise. Les entreprises sondées sont majoritairement membres d'Après-GE (45%), entreprises à vocation durable (17%), membre d'Après-VD (13%), certifiées Bcorp (1%) et autres (22%). Elles se composent majoritairement de 1 à 10 collaborateurs (71%), de 10 à 20 collaborateurs (15%), de 20 à 50 collaborateurs (5%) et pour finir de plus de 50 collaborateurs (8%). Les collaborateurs sont majoritairement âgés entre 30 et 50 ans (73%). La 2^{ème} tranche d'âge majoritaire se situe dans les 50 et plus (20%) et la dernière tranche d'âge se situe dans les 18-30 ans (6%).

La majorité des collaborateurs se situant entre 30 et 50 ans, cet âge est plus élevé que la moyenne des personnes types actives sur les réseaux sociaux, notamment Facebook dont la tranche d'âge majoritaire se situe entre 20 et 29 ans²⁷. Cela m'amène à penser que les ESS manquent de compétences en communication digitale car la tranche d'âge est élevée pour l'utilisation des réseaux sociaux, c'est mon interprétation..

Figure 12 : Tranche d'âge majoritaire des collaborateurs des ESS



²⁷ Source URL : <https://www.journalducsm.com/2016/11/04/profil-utilisateurs-francais-facebook-twitter-linkedin-instagram-snapchat-2016-13242/>

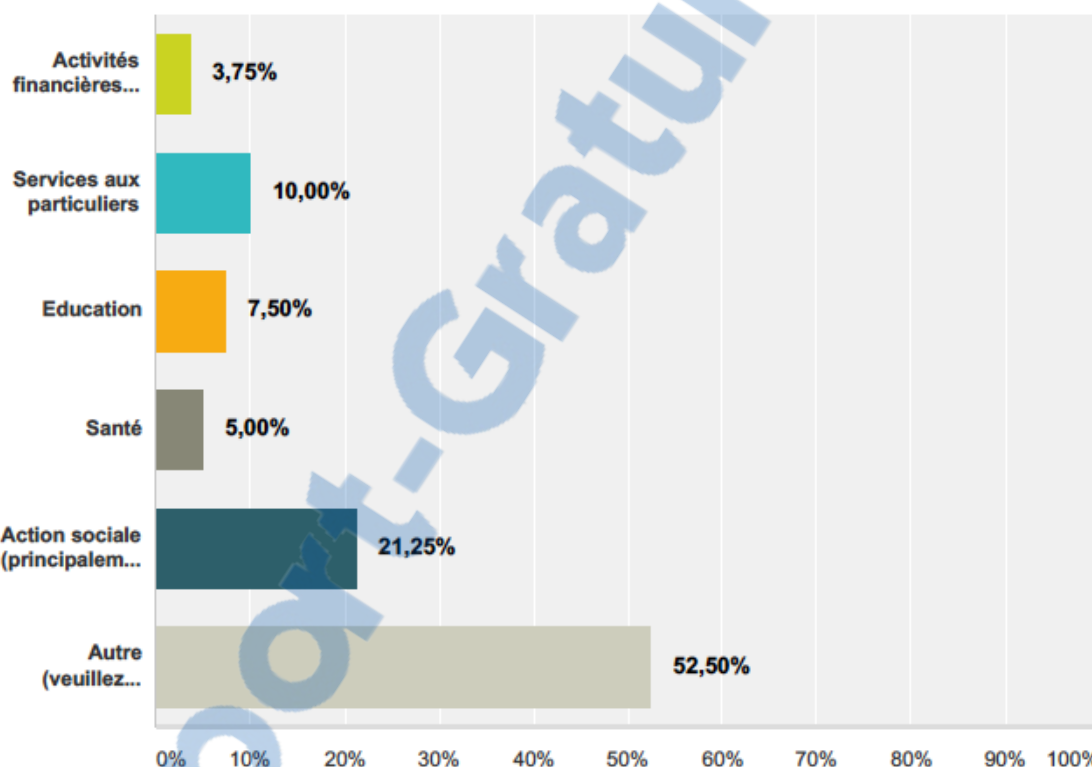
3.4.2 Démarche critique de mon sondage en ligne

La question numéro 25 a été mal formulée. En effet, je souhaitais séparer les ESS par domaines, cependant mes domaines proposés n'étaient pas assez larges pour avoir des réponses uniformes. La plupart des ESS (52%) ont répondu dans « autres », ce qui n'a pas pu m'aider dans ma réflexion.

Figure 13: Différents domaines des ESS

Q25 Dans quel domaine évolue-t-elle ?

Réponses obtenues : 80 Question ignorée : 70



(Source : Survey Monkey)

Pour certaines questions, 100% des sondés n'ont pas répondu, car certaines réponses les faisaient dévier sur d'autres questions. Une autre raison peut être que la personne sondée n'est pas allée au bout du sondage, alors seulement ses premières réponses ont été retenues et les autres ignorées.

Certaines questions n'ont pas pu être prises en compte à cause des raisons citées ci-dessus. Cela n'illustre pas assez bien la réalité, notamment la question 20 (sondage en ligne, Annexe 6) qui n'a récolté que 18 réponses.

4. Mes recommandations

Suite à mes recherches personnelles, aux entretiens avec les experts et au sondage en ligne, j'ai pu proposer des recommandations afin d'améliorer la communication digitale dans cette nouvelle économie aux valeurs durables fortes, tout en tenant compte de ses besoins et de ses limites. Ces recommandations ont été revues et discutées avec monsieur Anthonin Calderon, en charge des échanges économiques entre les membres à la Chambre, afin de vérifier la faisabilité et le fond de mes idées.

4.1 Réunir les ESS sur un réseau social libre

J'ai pu constater, tout le long de mon travail, les avantages multiples qu'offraient les outils et notamment les réseaux sociaux libres, comme la protection des données personnelles et l'évolution de ce réseau grâce à la solidarité. L'idée serait alors de réunir les ESS sur un réseau social spécifique. Pour permettre l'émergence d'idées et favoriser les discussions, un lieu adéquat doit être mis à disposition, je propose l'idée du tiers-lieu :

« Tiers-lieux : Espace physique prévu pour accueillir une communauté afin de permettre à celle-ci de partager librement ressources, compétences et savoirs. »

(Par tiers-lieux.be²⁸)

Ces tiers-lieux pourront réunir des membres d'Après-GE, ou des représentants des ESS, afin de faire émerger les besoins des entreprises en communication digitale. Ces tiers-lieux, comme sa définition l'indique, devront se dérouler dans un endroit neutre propice aux échanges et aux discussions.

Les réseaux sociaux sont source d'un grand nombre d'opportunités permettant visibilité, échanges, publication d'information et bien d'autres fonctionnalités. Un des principaux freins à l'utilisation de réseaux sociaux tels que Facebook ou encore Twitter (pourtant utilisés respectivement par 90% et 28% (sondage en ligne Annexe 6)), est le fait que ce soit des systèmes centralisés et privatifs, ce qui éthiquement n'est pas toujours en cohérence avec les valeurs des ESS. Afin d'allier l'utile à l'agréable, il serait intéressant pour les entreprises durables de se mettre sur des réseaux sociaux libres, le choix est vaste, passant par Movim, Diaspora, Mastodon et bien d'autres. Si ces derniers sont utilisés de manière ponctuelle et par un faible taux de personnes, ils perdent de leur

²⁸

Source URL : <http://glossaire.tiers-lieux.be>

efficacité et auront peu de visibilité autant avec les autres entreprises qu'avec les clients. Une solution serait que, ce tiers-lieu fasse émerger un réseau social qui réponde au mieux aux besoins et aux attentes du maximum d'entreprises. Après discussions avec monsieur Maurizio Notarangelo et monsieur Lionel Lourdin, Diaspora et Mastodon semblent être les réseaux sociaux les plus pertinents. Cette idée de tiers-lieu est notamment mentionnée lors des formations que ces experts en logiciels libres donnent aux ESS. Ce lieu, aidant à développer des initiatives, est l'opportunité de se focaliser sur un réseau social particulier afin d'améliorer et augmenter sa portée.

Amener le public sur ces réseaux sociaux émergents

Faire migrer les ESS sur un nouveau réseau social libre choisi est une première étape qui permet d'appréhender ces nouvelles pratiques et de s'y familiariser, elles donneront lieu à de nouveaux échanges entre entreprises. Mais ceci n'est que la première partie du processus, la 2^e partie consistera à convaincre et pousser le public à suivre ce mouvement. A l'aide de postes créés sur Facebook, où la visibilité est certaine, les ESS, premières promotrices des logiciels libres, pourront expliquer comment et pourquoi elles sont passées sur ce réseau social libre. Les clients/internautes pourront alors en prendre connaissance et migrer également petit à petit. La visibilité augmentera avec le temps, une opportunité et un regard nouveau sur les ESS apparaîtront.

En plus de l'information publiée, des jeux-concours pourront être organisés sur Facebook, Twitter ou encore Instagram (les trois réseaux sociaux les plus utilisés par les ESS selon mon sondage). Ces jeux-concours consisteront à nommer une personne sur un post afin qu'ils s'inscrivent sur le nouveau réseau social et invitent un ami à le faire. Ces phénomènes ont déjà existé et ont porté leurs fruits, les clients étant emportés par l'ampleur d'un tel jeu. La transition sur ces réseaux sociaux prendra du temps.

Voici un schéma du processus, qui serait à adopter :



Avantages : Les tiers-lieux favorisent l'émergence d'idées, permettent de trouver des solutions et d'écouter le point de vue de chaque entreprise. Ces discussions favorisent la prise d'initiatives et la mise en action. Se focaliser sur un réseau social libre augmentera sa portée et sera plus efficace.

Inconvénients : La Chambre d'Après-GE réunit plus de 500 ESS à l'heure actuelle, organiser un tiers-lieu demande de l'organisation, car il faut trouver un lieu propice aux échanges, une date, inviter les ESS ou représentants de ces entreprises et des experts. Toute cette organisation coûte du temps et de l'argent.

4.2 Créer des conférences et formations en communication digitale

Suite aux informations récoltées lors de mon sondage en ligne et des discussions avec les experts, un manque de compétences et de formations en communication digitale a été clairement identifié. Inspiré du « Café des bonnes pratiques » organisé par la Chambre d'Après-GE, l'idée est de créer, en premier lieu, une conférence afin de pouvoir confronter des experts et des ESS membres de la Chambre, et dans un 2^{ème} temps, proposer des formations.

Les compétences en communication digitale englobent la gestion des réseaux sociaux (lesquels utiliser, pour quels besoins et comment les rendre plus efficaces), la

Potentiels et limites d'une communication digitale dans la valorisation des biens et services durables dans la région genevoise

gestion du site web (comment augmenter la visibilité et l'arborescence de son site web), mais également comment utiliser les techniques Search Media Optimization (SMO), Search Engine Optimization (SEO) et Search Engin Advertising (SEA).

Comme le sondage l'affirme, 90% (sondage en ligne, Annexe 6) des ESS sont sur Facebook et 28% (sondage en ligne, Annexe 6) sur Twitter. Après le manque de temps et d'argent, le frein au développement d'une communication digitale est le manque de compétences.

Les conférences doivent réunir le maximum d'ESS de la Chambre pour être efficaces. Elles devront porter en premier lieu sur les réseaux sociaux et en 2^{ème} lieu sur le site web.

Concernant les réseaux sociaux, il est nécessaire de faire comprendre l'importance d'augmenter la visibilité des entreprises de l'économie sociale et solidaire, les ESS ont le devoir de promouvoir cette nouvelle économie en essayant de se faire connaître, le but de la communication n'est pas seulement de vendre mais également d'informer sur les objectifs et les valeurs promues. Les questions notamment abordées lors des conférences seront de savoir quels outils digitaux existent et à quels besoins ils répondent.

Les réseaux sociaux privatifs et centralisés, tels que Facebook ou Twitter, permettent de toucher un grand nombre de personnes, c'est une grande opportunité offerte aux ESS qu'elles doivent saisir, tout en étant conscientes des impacts que cette pratique engendre et devront essayer de les minimiser. Une première bonne pratique est de publier sur Facebook en Open Source comme le fait Happy City Lab. Cette ESS publie notamment son guide de boîte d'échange entre voisins en Open Source, cela permet à quiconque voit le post de créer à son tour les boîtes d'échanges entre voisins gratuitement. Ce partage de connaissances se rapproche des valeurs des logiciels libres.

Concernant le site web, 95% (sondage en ligne, Annexe 6) des ESS possèdent un site web et aimeraient, s'ils en avaient les moyens, se focaliser encore plus dessus. L'amélioration d'un site web passe par l'utilisation des techniques telles que SMO, SEO et SEA. Ces techniques permettent un meilleur référencement sur les moteurs de recherche à l'aide de mots clés et de liens entre les sites comme expliqué plus haut dans le dossier. Mettre en avant les vidéos sur un site web peut également augmenter

le trafic, car les vidéos marchent bien en ce moment, comme le dit Tiffany Gerber (Annexe 2), expert interviewé.

Toutes ces techniques et notions doivent être comprises et mentionnées, en premier lieu lors des conférences, afin d'augmenter la portée de l'économie sociale et solidaire. Quelques conférences sur les réseaux sociaux ont déjà été organisées par la Chambre d'Après-GE pour ses membres, cependant il n'y en a visiblement pas assez et elles devraient être complétées par des formations.

Les formations sont là pour aider les entreprises et les accompagner dans l'appréhension de ces techniques. Elles pourront se dérouler de plusieurs manières. Le sujet de la communication digitale étant déjà abordé lors des conférences, des experts en communication digitale, mandatés par Après-GE, pourront se rendre d'eux-mêmes dans les ESS. Ils pourront alors rendre la théorie des conférences plus pratique, en proposant de former un ou plusieurs collaborateurs.

Une autre manière serait que les ESS puissent demander à être formées. À la fin de la conférence, il sera important d'expliquer les possibilités de formations dont disposeront les ESS. Il pourra exister différents formats, des formations soit sur quelques matinées (comme celles actuellement disponibles pour les logiciels libres), soit plus ou moins longues.

Il est intéressant de soulever ici que les collaborateurs ont été les premières ressources (56%) ayant poussé les ESS à utiliser du logiciel libre selon mon sondage en ligne, les autres réponses possibles étaient « suite à un événement externe précis » 24% ou « une personne externe étant venue à la rencontre de l'entreprise » 19 %.

Je propose donc de passer par les collaborateurs pour initier le changement. Quelques matinées de formations, accompagnées de guides pratiques ou d'outils d'aide, permettront aux entreprises de comprendre les enjeux et les pratiques de la communication digitale. Après ces formations, l'entreprise sera capable d'avancer en ayant tous les outils et la connaissance disponible.

Avantages : La conférence permet d'unir et de tenir le même discours auprès de toutes les ESS ainsi qu'informer sur les formations à disposition.

Les formations permettent aux ESS d'acquérir des compétences en communication, ce dont elles manquent. Leur visibilité sera augmentée et les formations étant les mêmes

pour tout le monde, créeront une unité de pratique. Les ESS avanceront ensemble et pourront s'aider les unes les autres.

Inconvénients : La question du financement des formations se pose. Des experts doivent être mis à disposition, autant pour les conférences que pour les formations. Ce projet prend du temps et coûte de l'argent. La Chambre d'Après-GE, organisatrice principale du projet, se devra de couvrir le financement.

4.3 Aux ESS de se mettre au 100% libre

Après m'être entretenue avec Maurizio Notarangelo et Lionel Lourdin, et avoir discuté des nombreux avantages que les logiciels libres pouvaient apporter pour les ESS, comme la cohérence avec les valeurs ESS, la réduction des coûts informatiques, l'autonomie, la sécurité, la longévité pour l'ordinateur, ils m'ont confirmé que l'utilisation quotidienne avec 100% de logiciels libres était possible. Cela m'amène à recommander à l'économie sociale et solidaire de passer aux 100% libre, car je suis certaine de leur utilité et de leur capacité à être un levier dans la communication digitale des entreprises.

Une migration vers les logiciels libres promet de renforcer les valeurs auxquelles les ESS sont rattachées, telles que la transparence et la solidarité, et d'être ainsi plus cohérentes. Selon mon sondage, la première raison pour laquelle les ESS utilisent les logiciels libres est la défense des valeurs promues à 53 %. La philosophie de ces logiciels est donc très importante à relever lors de leurs promotions.

Le 2^{ème} avantage à leur utilisation est la réduction des coûts informatiques. Cela devient d'autant plus intéressant lorsque l'on peut voir, grâce à mon sondage, que le manque de moyens est un des principaux freins au développement d'une communication digitale des entreprises durables.

En plus de mes entretiens avec les experts, mon sondage en ligne démontre une grande lacune dans l'information dont disposent les ESS sur les logiciels libres. Le premier frein à l'utilisation des logiciels libres est le manque de compétences et de connaissances à ce sujet. La demande de formation est bien réelle, mais peu disponible. Des projets sont effectivement mis en place, par l'entreprise Itopie²⁹ notamment, qui promeut les logiciels libres et dont monsieur Maurizio Notarangelo est

²⁹ Plus d'information sur : <https://www.itopie.ch>

membre. L'agenda du libre répertorie quelques personnes, appelée par Maurizio Notarangelo des « speakers », qui se rendent dans les ESS afin de promouvoir les logiciels libres, cette technique a permis à 4-5 ESS de passer au libre. Et comme le dit si bien Lionel Lourdin (Annexe 5) : «[...] L'informatique est un point incontournable et garantit la pérennité de l'entreprise.[...] »

Comment passer au 100% libre ?

Suite à une discussion informelle avec Anthonin Calderon, en charge du développement et échanges économiques entre les membres de la Chambre d'Après-GE, j'ai pu apprendre que la Chambre utilise à l'heure actuelle plus de 50% de logiciels libres, ce qui illustre la faisabilité et la compatibilité à une utilisation quotidienne.

C'est, selon moi, le rôle de l'Après-GE de communiquer et de pousser les entreprises à se mettre au libre car c'est une opportunité trop peu exploitée. La majorité, 64 % des entreprises, estime leur utilisation de logiciels libres entre 0 et 30%, ce qui est un bon début mais mérite de se développer.

La Chambre est la première à pouvoir promouvoir cette utilisation. Elle peut montrer l'exemple à l'aide de différents outils, notamment de courtes vidéos publiées sur le site de la Chambre. Cette idée m'a été transmise par Anthonin Calderon :

« [...] notre parc informatique a actuellement 10 ans d'âge, nous allons donc totalement le rénover l'année prochaine, du nouveau contenu sur le site de la Chambre sera disponible. Nous avons pensé à publier de courtes vidéos pour nos membres notamment, la vidéo portera sur un sujet précis, et servira peut-être de guide pratique par exemple [...] ».
(Anthonin Calderon)

Cette déclaration m'a donnée l'idée de créer des mini campagnes pour promouvoir les logiciels libres à l'aide de vidéos de 2 à 4 minutes sur leurs avantages et utilités.

Afin de rendre les ESS encore plus autonomes, Après-GE pourra distribuer le « guide libre association » de April disponible à l'adresse : <http://guide.libreassociation.info>, dont je me suis inspirée pour mieux comprendre le fonctionnement des logiciels libres et à quels besoins ils répondaient.

Avantages : les avantages des logiciels libres sont nombreux : éthique du partage de la connaissance, réductions des coûts informatiques, adaptation aux besoins spécifiques de l'entreprise, autonomie, fiabilité et sécurité, évolution constante des logiciels, protection des données personnelles, prolongation de la vie des ordinateurs et simplicité d'utilisation.

Une utilisation quotidienne, avec 100% de logiciels libres, promet la pérennité de l'entreprise car elle permet de s'améliorer constamment et donc de tenir sur le long terme.

Inconvénients : La migration vers des logiciels libres demande de l'investissement au début, il faut du temps et de l'argent pour se former à leur utilisation, mais cet investissement se verra récompensé au fil du temps et au bout de quelques années une réduction de coût s'ensuivra.

Des problèmes de compatibilité peuvent apparaître face à la position encore dominante de Microsoft et ses logiciels propriétaires. Encore trop peu de systèmes GNU/Linux.

4.4 Mutualiser les services d'un community manager

Selon mon sondage, les deux freins principaux au développement d'une communication digitale sont le manque de temps (40%) et le manque d'argent (25%). Pour pallier à ces freins, je recommande aux entreprises de l'économie sociale et solidaire d'engager un community manager en mutualisant les coûts.

Qu'est-ce qu'un community manager et à quels besoins répond-il ?

Un community manager³⁰ est un expert en communication digitale. Il gère la notoriété et l'e-réputation d'une entreprise, soulage l'entreprise au niveau du temps, gère la relation avec les internautes, crée des échanges enrichissants, crée des stratégies afin d'augmenter le trafic sur les réseaux sociaux ou sur le site web par exemple, et développe le contact les influenceurs qui pourraient donner plus de visibilité à l'entreprise.

Après analyse de mon sondage en ligne et interviews avec les experts, la visibilité est le besoin principal des ESS. Le community manager est la personne qui saura prendre le temps d'améliorer cette visibilité mais également d'améliorer tous les aspects de la communication digitale. Les entreprises commencent à se rendre compte que la communication est un métier à part entière et que son investissement peut être rentable, c'est un métier qui ne demande qu'à se développer dans les ESS.

³⁰

Source URL : <https://www.macommdigitale.com/2016/09/15/engager-community-manager/>

«[...] Il faudrait former et créer ce poste dans les ESS. Il y en a quelques un dans les espaces de coworking, mais ce sont des personnes qui sont proches du burn-out, car elles doivent travailler pour plus d'une entreprise et le métier n'est pas assez valorisé, elles doivent tout faire comme tâches. C'est important, peu importe qu'il soit un collaborateur de l'entreprise ou engagé en externe [...] »(Fanny Bernard, Annexe 1)

Engager un community manager pour trois ou quatre ESS permettrait donc de répondre aux problèmes de temps et d'argent auxquelles elles font face.

Une 2^{ème} alternative est possible afin de mutualiser les coûts. La Chambre d'Après-GE regorge d'un panel de richesse de connaissance grâce aux centaines d'ESS qu'elle contient. L'idée est de demander à des ESS, travaillant dans le domaine de la communication digitale, d'aider les ESS qui manquent de compétences dans ce domaine. Une réunion se mettrait en place quand les besoins se font sentir entre les ESS experts du domaine et les ESS en manque de compétences. La Chambre d'Après-GE est actuellement en train de mettre cette procédure en place. En quelques mois, deux réunions ont eu lieu afin de faire émerger les besoins des ESS. Ce partage de connaissance peut s'appliquer dans n'importe quel domaine.

« On est en train de développer une cellule de communication afin de rassembler tous les membres qui font de la communication pour soutenir les autres membres qui n'en font pas. Nous sommes allés chercher des membres qui font de la vidéo, rédaction de contenu, création de sites web, création de chartes graphiques, ce qui fait 5 ou 6 membres. Pour cela il faudra faire une séance pour faire émerger les besoins des membres plus spécifiquement par exemple besoin d'un logo, besoin d'être plus présent sur internet, etc... la communication est un métier propre à lui seul. »
(Fanny Bernard, Annexe 1)

Avantages : La mutualisation des services d'un community manager, ou le partage de connaissance entre 3 à 4 entreprises permet de réduire les coûts pour l'entreprise qui a des besoins en communication digitale. Une meilleure communication digitale permet à l'entreprise de mieux se développer et donner de l'ampleur à l'économie sociale et solidaire.

Inconvénients : Comme l'a dit Fanny Bernard dans l'extrait ci-dessus, les community managers dans l'économie sociale et solidaire sont proches du burn-out, les pratiques ne sont pas encore bien démocratisées et les besoins ne sont pas encore clairement établis.

4.5 Créer une agence de communication digitale externe rattachée à Après-GE

Pour les entreprises n'ayant ni les moyens financiers ni le temps de se consacrer davantage à leur communication digitale, il serait intéressant de créer une agence de communication externe, mais rattachée à Après-GE afin d'aider ses entreprises à se développer et selon leurs souhaits, d'augmenter leur visibilité.

En effet, jusqu'à maintenant, c'est la Chambre d'Après-GE qui s'occupe de la communication autour de l'économie sociale et solidaire et aide les ESS dans son développement. Si les ESS ont besoin d'aide au niveau de leur communication digitale c'est vers les membres d'Après-GE qu'elles vont principalement se tourner. Cependant, tout comme les ESS, la Chambre a ses limites au niveau des moyens financiers et du temps à disposition.

Le fait de rattacher cette agence de communication digitale à la Chambre permet d'instaurer une confiance certaine en cette nouvelle entité. Elle sera bien évidemment experte en communication digitale mais saura également allier le durable dans sa démarche. Une agence qui est inspirante pour cette recommandation est l'agence « Econovia³¹ » à Paris, spécialiste de la communication générale.

Osons les bonnes (R)évolutions. Créée en 2009 et implantée au coeur du Jardin Tropical de Paris, Econovia est aujourd'hui l'agence-conseil en communication de référence dans l'Economie Sociale et Solidaire (ESS), la Responsabilité Sociale des Entreprises (RSE) et le Développement Durable (DD). Entreprise libérée 100% indépendante, Econovia réunit des talents libres et engagés qui mettent toutes leur exigence et leur créativité au service des organisations qui veulent et font le changement parmi lesquelles : association, coopérative, mutuelle, fondation, entreprise solidaire, entreprise responsable. En 8 ans, ce sont ainsi 150 projets accompagnés et plus de 85 références clients. Et toujours la même utopie : celle de faire avancer la société dans le bon sens ! (econovia.fr)

L'agence qui sera créée, accompagnera les ESS, les conseillera, répondra à leurs besoins notamment en mettant en place des stratégies ou des campagnes de communication, tout cela dans le domaine du digital. Toutes ces initiatives permettront à l'ESS de gagner en visibilité et de se développer. Étant nouvelle, cette agence aura un regard extérieur sur la communication digitale de l'économie sociale et solidaire et permettra de donner un second souffle à l'évolution de cette économie de transition.

³¹ Source URL : <http://econovia.fr/fr/home3/>

Avantages : Les ESS auront accès à de l'aide en permanence, les conseils en communication digitale seront adaptés aux besoins de l'économie sociale et solidaire, et à l'entreprise elle-même. Le développement des ESS sur le web ne fera que s'accroître et l'économie sociale et solidaire profitera de plus de visibilité.

Inconvénients : Créer une agence de communication de la sorte demande des moyens financiers et du temps, ce dont Après-GE ne bénéficie pas forcément. Il faudra alors faire des choix pour mettre cette recommandation en place.

4.6 Créer une marketplace digitale

« "Marketplace" signifie "place de marché". C'est le fait pour un site marchand de proposer dans son espace de vente différents annonceurs. »

(ecocommarcemag.fr 2017³²)

L'idée est de créer une sorte d'Amazon durable. Amazon est un site de vente en ligne regroupant des produits de tout horizon. A l'heure actuelle, pour acheter des produits durables, le consommateur doit aller chercher l'information de lui-même (il est communément appelé un consomm'acteur), après avoir trouvé l'endroit où sont ses produits, il doit aller dans plusieurs magasins afin d'avoir sa gamme de produits complète.

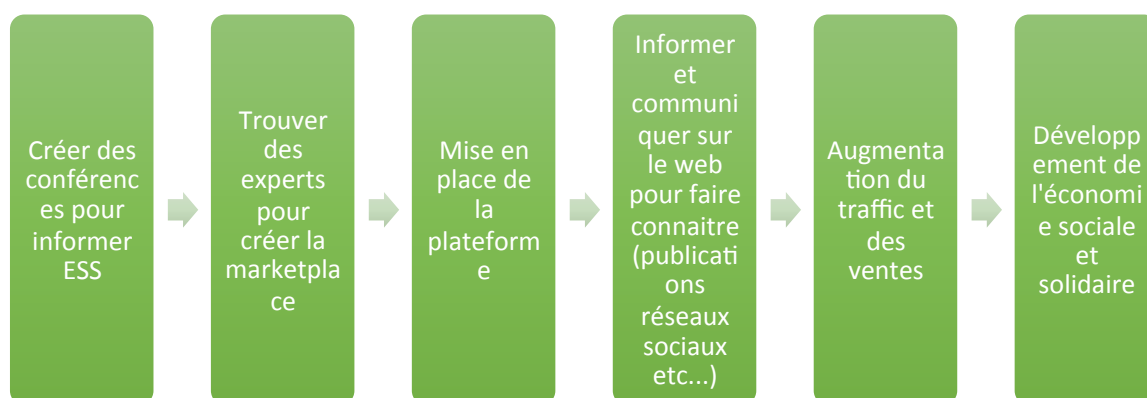
L'idée de créer un marketplace digitale durable, est de pouvoir regrouper sur un même site de vente en ligne, le maximum de produits provenant de l'économie sociale et solidaire. Le consommateur n'aura alors qu'à se connecter sur ce site et procéder aux achats, il n'aura plus besoin de se déplacer chez différents producteurs en fonction de ses besoins. Le client gagnera du temps et aura accès à un large choix de produits durables, en cohérence avec ses valeurs.

L'avantage de ce portail est de pouvoir, grâce à internet, toucher un large public et même atteindre un public encore peu sensibilisé. Ayant accès aux produits et à la philosophie de l'économie sociale et solidaire, ce site servira également à véhiculer les valeurs des ESS. Le site devra être le mieux référencé possible sur les moteurs de recherche, il sera donc important d'utiliser les techniques telles que le SEO (Search

³² Source : <http://www.ecommarcemag.fr/Definitions-Glossaire/Market-place-245330.htm#HujYxclAg4MoEaIF.97>

Engine Optimization) utilisant les mots-clés. Le digital est une opportunité que l'économie sociale et solidaire doit saisir et exploiter aux mieux.

Processus :



Comment ?

Je pense que pour un tel projet il serait bon que ce soit à Après-GE de le mener. L'aide d'experts en informatiques et autres mains d'œuvres sera nécessaire. Des conférences conviant les ESS devront être organisées afin de solliciter l'aide et la participation d'un maximum de personnes. Les ESS doivent premièrement accepter de vendre leurs produits sur internet, et peut-être accepter de perdre de la proximité avec les clients au profit de la visibilité.

Si le projet fonctionne avec les ESS de la région genevoise, il serait judicieux que ce projet s'expande avec l'aide de la Chambre Après-VD. Petit à petit ce réseau pourra alors grandir et prendre de l'importance.

Avantages : la plateforme offrira un choix encore plus important pour les acheteurs, une procédure d'achat simple, sûre et rapide. Elle permettra une plus grande visibilité pour l'économie sociale et solidaire, un moyen de faire connaître les ESS qui existent, faire fructifier les ventes et amener de l'argent pour l'économie sociale et solidaire qui en manque. Les ESS pourront toucher un public plus large.



Inconvénients : l'investissement de départ est important. La mise en place d'une plateforme d'achat sur internet doit être rapide et efficace. Toute une communication est à mettre en place auprès des ESS comme auprès du public. Il existe un risque de réticence de la part des ESS craignant de perdre de la proximité avec leurs clients.

4.7 Faire une campagne de publicité sur internet afin de promouvoir l'économie sociale et solidaire

Internet offre des opportunités que l'économie sociale et solidaire devrait saisir. Cette campagne répondra au besoin principal qu'est la visibilité, comme l'a révélé mon sondage en ligne et mon entretien avec Fanny Bernard :

« On se rend compte en rencontrant les membres qu'ils ont un problème de visibilité, les produits et services ESS sont très peu connus à Genève. Ce sont des personnes qui ne mettent pas au centre la communication. » (Fanny Bernard, Annexe 1)

À l'ère de l'hyper connexion, le moyen de toucher le plus de personnes possible est de publier sur internet. Afin de promouvoir l'activité des ESS et informer le public, une campagne pour promouvoir les initiatives durables de la région genevoise devrait être créée. La campagne digitale devra trouver un slogan percutant et simple tel que : « L'ESS, une nouvelle économie qui fonctionne », « L'ESS, l'économie de demain », ou encore « L'ESS, l'économie qui vous place au centre de ses intérêts ».

Cette campagne s'inspire de celle créée, en 2011, par Junk Removal Compagny³³ pour briser les clichés sur l'économie sociale et solidaire et la promouvoir.

Figure 14: Clichés sur l'économie sociale et solidaire



(campagne Cartcom entrepreneurs sociaux, 2011, <http://www.communication-solidaire.com>)

³³ Plus d'information sur le site : <http://www.communication-solidaire.com>

Un autre programme a su m'inspirer, le programme lancé en juin 2011 « Jeun'ESS³⁴ », qui a réalisé des vidéos sous forme de dessins animés pour faire connaître aux jeunes entre 16 et 30 ans le monde de l'économie sociale et solidaire.

Comment ?

Après-GE devrait créer cette campagne. Celle-ci devrait se faire sur le site internet de la Chambre, mais également sur les différents réseaux sociaux dont elle dispose. Facebook est le réseau social qui offre le plus de visibilité et il y a également la possibilité de faire de la publicité.

Une campagne de publicité demande des compétences en communication, Après-GE pourra demander à ses membres spécialistes de la communication de mettre, avec eux, une stratégie en place.

Cette campagne pourra consister à créer de courtes vidéos pour expliquer ce en quoi consiste réellement une ESS, ses valeurs, son fonctionnement, etc... Une autre vidéo pourra montrer les différents domaines dans lesquels les ESS évoluent et où le consommateur peut trouver ces entreprises.

Avantages : Une campagne de publicité sur le net permet un partage infini, une rapidité de diffusion et des coûts relativement bas. Regrouper les fournisseurs sur une même plateforme permet au consommateur d'avoir une vue d'ensemble et de découvrir de nouveaux produits.

Inconvénients : Une campagne sur Facebook permet de toucher un grand nombre de personnes qui suivent déjà la page d'Après-GE mais peu de nouvelles personnes extérieures au réseau. Catherine Armand m'avait déjà prévenue des freins à l'utilisation de Facebook :

« Sur Facebook par exemple, nous n'avons plus le droit d'inviter les personnes à aimer notre page. On ne peut qu'inviter nos amis personnels.[...] cela passe par demander à tous nos employés et collaborateurs de faire des invitations, car nous ne pouvons pas le faire nous-mêmes [...] » (Catherine Armand, Annexe 4)

³⁴ Plus d'information sur le site : <http://www.jeun-ess.fr/le-programme-jeuness/>

Conclusion

4.8 Conclusion générale

Les mentalités commencent à changer. Les ESS se rendent compte qu'en plus de participer à la transition au travers de leurs activités, elles ont la responsabilité de promouvoir les alternatives au modèle économique actuel qui s'épuise. Cette richesse d'idées et d'actions mérite d'être vue et entendue par le plus de monde possible, notamment grâce aux outils de communication actuellement disponibles, même si certains ne suivent pas encore le chemin de la transition.

Nous sommes à un tournant de la transition, c'est le moment pour l'économie sociale et solidaire de basculer entièrement dans le digital. Même si certains débats et incohérences peuvent subsister concernant l'impact et les valeurs auxquelles la communication peut être rattachée, les outils actuellement disponibles offrent une visibilité sans égal, mais des impacts négatifs leur sont associés. Des alternatives plus durables répondent de plus en plus aux besoins des entreprises. Les deux outils sont intéressants et efficaces, il faut simplement les utiliser en étant conscient qu'aucune alternative n'est encore parfaite.

Les outils de communication digitale restent de formidables outils favorisant la transition et empêchant l'isolement des ESS.

J'ai pu, lors de l'élaboration de ce travail, sortir 7 recommandations qui découlent de constats flagrants. Les ESS manquent de temps, d'argent et de compétences pour se développer sur le web. Je propose donc de mutualiser les coûts pour gagner du temps et de l'argent, mais également de faire des formations pour répondre aux manques de compétences. Le véritable challenge a été d'établir des recommandations pertinentes en tenant compte des limites des ESS.

Mon Travail ouvre la voie du digital, mais l'avenir est encore plein d'interrogations : quel est l'avenir du digital ? Développement de Hardwares durables ? Data centers pauvres en énergie ? Le Green IT (ou numérique responsable) va-t-il être monnaie courante ? Vers un ordinateur 100% recyclé ? Seul l'avenir nous le dira.

4.9 Appréciation personnelle

Le fait de m'être prise à l'avance dans mes recherches personnelles m'a permis de rapidement mettre en place une stratégie avec des objectifs bien définis. Connaître par exemple les outils de communication avant les entretiens avec les experts m'ont permis

Potentiels et limites d'une communication digitale dans la valorisation des biens et services durables dans la région genevoise

de mieux comprendre leurs explications, et pouvoir avoir une discussion basée sur l'échange.

En travaillant en collaboration avec des entreprises, notamment pour les entretiens, pour la validation du questionnaire en ligne ou encore son envoi, cela a pris plus de temps que ce que j'avais prévu, je me suis trouvée bloquée dans l'attente d'e-mails, les entreprises ayant énormément de travail à partir de mi-juin notamment.

En regardant les réponses du sondage en ligne, je me rends compte que les questions auraient pu être posées différemment ou auraient pu être plus pertinentes. Certaines questions, comme la question 25 sur les domaines d'activités des ESS, n'ont pas pu être prises en compte, car ma proposition de domaines était trop restreinte.

Mes recherches personnelles, ainsi que les personnes rencontrées, m'ont permises d'être plus consciente de ce que j'utilisais sur internet, des dangers auxquels nous nous exposons tous et des alternatives que je pourrai utiliser dans le futur. J'ai installé par exemple Firefox sur mon ordinateur personnel, je pense remplacer Google par Duck Duck Go et Microsoft Office par Open Office. Des petits pas qui pourront favoriser la transition de demain. La prise de conscience est, je pense, le premier pas vers le changement.

J'ai pu rencontrer des gens formidables et inspirants, travaillant tous les jours pour un monde plus juste, plus respectueux et avec des valeurs fortes. Ces personnes m'ont confirmé mon idée de travailler pour l'économie sociale et solidaire, travailler pour des valeurs qui me sont chères.

Je suis à la fois heureuse et anxieuse de savoir que mon travail sera envoyé aux membres d'Après-GE et d'Après-VD. J'espère que mes recommandations et mes recherches personnelles pourront être utiles, ou du moins, sauront soulever la curiosité.

Bibliographie

Références papier :

MIMOUNI, Serge, 2017. *Innovation: une réponse aux enjeux contemporains* [document PWP]. Support de cours: Cours " Innovation et entrepreneuriat", Haute école de gestion de Genève, filière économie d'entreprise, année académique 2016-2017

ANCTIL, François et DIAZ, Liliana, 2015. *Développement Durable Enjeux et trajectoires*. Québec, Canada : Presses de l'Université Laval. ISBN 978-2-7637-2418-8.

338.927 ANC

PILLET, Antoine, 2009. *Le marketing social et solidaire*. L'ami. ISBN 2-9517092-6-9.

658.8 PIL

SWATON, Sophie, 2011. *Une entreprise peut elle être « sociale » dans une économie de marché*. L'Hèbe. Suisse. ISBN 978-2-88906-034-4.

JEANTET, Thierry, 2013. *L'Economie Sociale et Solidaire, une réponse aux enjeux internationaux*. Le Manuscrit. Paris. 334 ECOd

FAILLET, Caroline et ROSNAY, Joël, 2016. *L'art de la guerre digitale*. Dunod. ISBN 978-2-10-074828-0.

GAYET, Claire et MARIE, Xavier, 2016. *Web marketing et communication digitale*. Vuibert. ISBN 978-2-311-62140-2.

60 outils pour communiquer efficacement auprès de ses cibles

OUALIDI, Habib, 2013. *Les outils de la communication digitale*. Eyrolles. ISBN 978-2-212-55563-9.

10 clés pour maîtriser le web marketing

GROUPE ECOINFO, [sans date]. *Impacts écologiques des Technologies de l'Information et de la Communication*. EDP Sciences. ISBN 978-2-7598-0761-1.

Les faces cachées de l'immatérialité

MOREL, Philippe, 2015. *Communication d'entreprise*. Fanny Bouteiller, Marjorie Champetier, Deborah Lopez, Elodie Sebbah. ISBN 978-2-7590-2877-1.

658.45 MORb

AUDOUIN, Alice, COURTOIS, Anne et RAMBAUD-PAQUIN, Agnès, 2009. *La communication responsable*. Groupe Eyrolles. Paris. ISBN 978-2-212-54266-0.

658.45 AUD

La communication face au développement durable

ADEM, 2007. *Le guide de l'éco-communication*. Groupe Eyrolles. Paris. ISBN 978-2-212-53909-7. 658.45GUI

DELORME, Pascal et DJELLALIL, Jilani, 2015. *La transformation digitale : saisir les opportunités du numérique pour l'entreprise*. Dunod. ISBN 978-2-10-072735-3. 658.8 DELc

FAYON, David et TARTAR, Michaël, 2014. *Transformation digitale : 5 leviers pour l'entreprise*. Montreuil : Pearson. ISBN 2-7440-6607-9.

Potentiels et limites d'une communication digitale dans la valorisation des biens et services durables dans la région genevoise

658.406 FAY

LIBAERT, Thierry, 2010. *Communication et environnement, le pacte impossible*. Paris : Presses universitaires de France. ISBN 978-2-13-057926-7. 338.9 LIB

RÉGUER, David, 2010. *Optimiser sa communication digitale : buzz positif, e-reputation, publicité virale, communication de crise*. Paris : Dunod. ISBN 978-2-10-054983-2. 658.872 REG

BERTHOUD, Françoise et BALIN, Philippe, 2012. *Impacts écologiques des Technologies de l'Information et de la Communication*. EDP Sciences. ISBN 978-2-7598-0761-1.

Les faces cachées de l'immatérialité

Références numériques :

WWF France, 2011. *Guide pour un système d'information éco-responsable* [en ligne]. Paris : [Consulté le 10 juin 2017] Disponible à l'adresse : http://awsassets.wwffr.panda.org/downloads/guidentic27042011_110801093454_phpapp01.pdf

Ecoprod, 2012. *Ecoprod guide de l'éco-production* [en ligne]. Paris : mai 2012 [Consulté le 10 juin 2017] Disponible à l'adresse : http://www.ecoprod.com/images/site/guide_ecoprod/ECOPROD_GUIDE2014_LIGHT-min-ilovepdf-compressed.pdf

PIZZINATO, David, 2015. *Quels leviers pour favoriser un changement d'échelle des membres d'après-GE* [En ligne]. Genève : Haute école de gestion de Genève. Travail de bachelor.[Consulté le 4 mars 2017]. Disponible à l'adresse : <http://doc.rero.ch/record/258099>

April association, 2015. *Enquête 2015 : associations et informatique libre*. [en ligne]. Paris .Septembre 2015 [Consulté le 12 juin 2017] Disponible à l'adresse : <http://libreassociation.info/IMG/pdf/enquete2015-assos-et-informatique-libre.pdf>

Belga, 2009. « Le réchauffement climatique tue 300 000 personnes par an » *RTBF* [en ligne]. 30 mai 2009 : [Consulté le 2 juin 2017] Disponible à l'adresse : https://www.rtf.be/info/societe/detail_le-rechauffement-climatique-tue-300-000-personnes-par-an?id=5449643

VALO, Martine, 2013. « 2,4 milliards d'habitants privés d'eau potable, selon l'ONU » *Le Monde* [en ligne]. 14 mai 2013 : [Consulté le 3 juin 2017] Disponible à l'adresse : http://www.lemonde.fr/planete/article/2013/05/14/2-4-milliards-d-habitants-prives-d-eau-potable-selon-l-onu_3200240_3244.html

Wikipédia : L'obsolescence programmée [en ligne]. Dernière modification de la page le 1 juillet 2017 à 15h39 [Consulté le 3 juin 2017] Disponible à l'adresse : https://fr.wikipedia.org/wiki/Obsolescence_programmée

AFP Agence, 2016. « Le coût du réchauffement climatique estimé à 2000 milliards de dollars par an » *Le Figaro* [en ligne]. 2 mai 2016 : [Consulté le 3 juin 2017] Disponible à l'adresse : <http://www.lefigaro.fr/conjoncture/2016/05/02/20002-20160502ARTFIG00071-le-cout-du-rechauffement-climatique-estime-a-2000-milliards-de-dollars-par-an.php>

Potentiels et limites d'une communication digitale dans la valorisation des biens et services durables dans la région genevoise

MAGDELAINE, Christophe, 2013. « La population mondiale devrait atteindre 9,6 milliards d'habitants en 2050 » *notre-planète.info* [en ligne]. 14 juin 2013 : [Consulté le 4 juin 2017] Disponible à l'adresse : <https://www.notre-planete.info/actualites/3766-population-mondiale-2050>

TRAYNOR, Ian, 2008. « Démographie. L'Europe doit se préparer à l'immigration climatique » *courrier international* [en ligne]. 11 mars 2008: [Consulté le 3 juin 2017] Disponible à l'adresse : <http://www.courrierinternational.com/article/2008/03/11/l-europe-doit-se-preparer-a-l-immigration-climatique>

Economie sociale. *Wikipédia : L'ESS dans le monde* [en ligne]. Dernière modification de la page le 7 juillet 2017 à 11h07 [Consulté le 3 juin 2017] Disponible à l'adresse : https://fr.wikipedia.org/wiki/Économie_sociale#Poids_de_l'ESS_en_Europe

GUGGENBUHL, Tanja, 2015. Panorama de l'économie sociale et solidaire à Genève étude statistique 2015. *Après-ge.ch* [en ligne]. 2015: [Consulté le 3 juin 2017] Disponible à l'adresse : https://www.apres-ge.ch/sites/default/files/Etude-statistique-web-APRES-GE_2015.pdf

Après-GE, [sans date]. Historique. *Après-ge.ch* [en ligne]. 2015: [Consulté le 4 juin 2017] Disponible à l'adresse : <https://www.apres-ge.ch/node/29635>

COEFFE, Thomas, 2017. « Chiffres Internet – 2017 » *Blogdumoderateur.com* [en ligne]. 13 avril 2017 : [Consulté le 3 juin 2017] Disponible à l'adresse : <http://www.blogdumoderateur.com/chiffres-internet/>

JDN, 2017. « Suisse : les chiffres clés de l'Internet ». *journaldunet.com* [en ligne]. 2017 : [Consulté le 3 juin 2017] Disponible à l'adresse : <http://www.journaldunet.com/web-tech/chiffres-internet/suisse/pays-che>

CORTHESEY, Matthieu, 2016. « Le nombre d'utilisateurs par réseau social en Suisse [Infographie] » *pme-web.com* [en ligne]. 14 mars 2016 : [Consulté le 4 juin 2017] Disponible à l'adresse : <https://www.pme-web.com/nombre-utilisateurs-reseau-social-suisse/>

CORTHESEY, Matthieu, 2016. « Instagram compte 980'000 utilisateurs en Suisse en 2016 » *pme-web.com* [en ligne]. 13 septembre 2016 : [Consulté le 4 juin 2017] Disponible à l'adresse : <https://www.pme-web.com/nombre-utilisateurs-instagram-suisse-2016/>

BOUAZIZ, Dalila, 2016. « Les internautes passent 1h30 chaque jour sur le Web » *ecommercemag.fr* [en ligne]. 30 novembre 2016 : [Consulté le 4 juin 2017] Disponible à l'adresse : <http://www.ecommercemag.fr/Thematique/indicateurs-1010/Breves/etude-internautes-passent-1h30-chaque-jour-Web-311279.htm>

CORTHESEY, Matthieu, 2016. Facebook compte 3.6 millions utilisateurs en Suisse en 2016 *pme-web.com* [en ligne]. 27 septembre 2016 : [Consulté le 4 juin 2017] Disponible à l'adresse : <https://www.pme-web.com/nombre-utilisateurs-facebook-suisse-2016/>

BATHELOT, B, 2017. Définition : Storytelling. *Définitions-marketing.com* [en ligne]. 8 juillet 2017: [Consulté le 4 juin 2017] Disponible à l'adresse : <https://www.definitions-marketing.com/definition/storytelling/>

COEFFE, Thomas, 2017. Chiffres réseaux sociaux – 2017, *Blogdumoderateur.com* [en ligne]. 11 juillet 2017 : [Consulté le 3 juin 2017] Disponible à l'adresse : <http://www.blogdumoderateur.com/chiffres-reseaux-sociaux/>

April, 2009. Présentation de l'association April. *April.org* [en ligne]. 18 octobre 2009: [Consulté le 4 juin 2017]. Disponible à l'adresse : <https://www.april.org/association>

Cecill, 2013. CeCILL et les logiciels libres. *Cecill.info* [en ligne]. 23 septembre 2013. [Consulté le 4 juin 2017]. Disponible à l'adresse : <http://www.cecill.info>

Wikipédia Framasoft [en ligne]. Dernière modification de la page le 2 avril 2017 à 21h37 [Consulté le 4 juin 2017] Disponible à l'adresse : <https://fr.wikipedia.org/wiki/Framasoft>

Debian . Qu'est-ce que GNU/Linux ?. *debian.org* [en ligne]. [sans date]: [Consulté le 4 juin 2017].. Disponible à l'adresse : <https://www.debian.org/releases/wheezy/mips/ch01s02.html.fr>

Wikipédia Free Software Foundation [en ligne]. Dernière modification de la page 4 avril 2017 à 12:06. [Consulté le 4 juin 2017] Disponible à l'adresse : https://fr.wikipedia.org/wiki/Free_Software_Foundation

Framasoft. *Dégooglisons Internet* [en ligne]. [sans date]: [Consulté le 4 juin 2017].. Disponible à l'adresse : <https://degooglisons-internet.org>

Wikipédia Mastodon (réseau social). [en ligne]. Dernière modification de la page 2 juillet 2017 à 08:54.. [Consulté le 4 juin 2017] Disponible à l'adresse : [https://fr.wikipedia.org/wiki/Mastodon_\(réseau_social\)](https://fr.wikipedia.org/wiki/Mastodon_(réseau_social))

BOUR, Laurent, 2016. « Les utilisateurs français des principaux réseaux sociaux en 2016 », *journalduc.com* [en ligne]. 4 novembre 2016 : [Consulté le 4 juin 2017] Disponible à l'adresse : <https://www.journalduc.com/2016/11/04/profil-utilisateurs-francais-facebook-twitter-linkedin-instagram-snapchat-2016-13242/>

Glossaire. *Glossaire.tiers-lieux.be* [en ligne]. [sans date]: [Consulté le 29 juin 2017]. Disponible à l'adresse : <http://glossaire.tiers-lieux.be>

Itopie, *itopie.ch* [en ligne]. [sans date]: [Consulté le 9 juin 2017] Disponible à l'adresse : <https://www.itopie.ch>

LIARD, Caroline, 2016. Pourquoi engager un community manager pour votre entreprise ?, *Le Monde* [en ligne]. 15 septembre 2016. [Consulté le 3 juin 2017] Disponible à l'adresse :

<https://www.macom-digitale.com/2016/09/15/engager-community-manager/>

SCHWARZ, Julie. *Econovia.fr* [en ligne]. [sans date]. [Consulté le 26 juin 2017] Disponible à l'adresse : <http://econovia.fr/fr/home3/>

BATHELOT,B, 2017. Définition :Marketplace, *définition-marketing.com* [en ligne]. 18 mai 2017. [Consulté le 26 juin 2017] Disponible à l'adresse : <https://www.definitions-marketing.com/definition/marketplace/>

Entrepreneuriat : et si on arrêta avec les idées reçues ? *économie-solidaire.com* [en ligne]. 25 juin 2011. [Consulté le 30 juin 2017] Disponible à l'adresse : <http://www.communication-solidaire.com>

Qui sommes-nous, *jeunes-ess.com* [en ligne]. 2017: [Consulté le 30 juin 2017] Disponible à l'adresse : <http://www.jeun-ess.fr/le-programme-jeunes/>

Wikipédia certification B corp. [en ligne]. Dernière modification de la page 27 avril 2017 à 19:20. [Consulté le 15 juin 2017] Disponible à l'adresse : https://fr.wikipedia.org/wiki/Certification_B_Corp

Wikipédia LinkedIn. [en ligne]. Dernière modification de la page 4 juillet 2017 à 15:41. [Consulté le 15 juin 2017] Disponible à l'adresse : <https://fr.wikipedia.org/wiki/LinkedIn>

Wikipédia Twitter. [en ligne]. Dernière modification de la page le 11 juillet 2017 à 11:30. [Consulté le 15 juin 2017] Disponible à l'adresse : <https://fr.wikipedia.org/wiki/Twitter>

Potentiels et limites d'une communication digitale dans la valorisation des biens et services durables dans la région genevoise

Wikipédia Youtube. [en ligne]. Dernière modification de la page le 14 juillet 2017 à 15:07. [Consulté le 15 juin 2017] Disponible à l'adresse : <https://fr.wikipedia.org/wiki/YouTube>

LOUBIERE, Paul, 2014. Comment Google, Apple, Facebook et Amazon s'enrichissent à votre insu, *challenges.fr* [en ligne]. 21 novembre 2014. [Consulté le 10 juin 2017] Disponible à l'adresse : https://www.challenges.fr/high-tech/comment-google-apple-facebook-et-amazon-s-enrichissent-a-votre-insu_57689

TRAYNOR, Ian, 2008. L'Europe doit se préparer à l'immigration climatique, *courrierinternational.com* [en ligne]. 11 mars 2008. [Consulté le 25 juin 2017] Disponible à l'adresse : <http://www.courrierinternational.com/article/2008/03/11/l-europe-doit-se-preparer-a-l-immigration-climatique>

Annexe 1 : Entretien avec Fanny Bernard

*Responsable du pôle développement à la Chambre de l'économie sociale et solidaire.
Dans les bureaux d'Après-GE à Genève, le 6 juin 2017.*

Parlez-moi de vous en quelques mots.

Je m'appelle Fanny Bernard et je suis responsable du pôle développement à la Chambre de l'économie sociale et solidaire. Je soutiens le développement des membres dans leurs activités économiques, je recrée des synergies entre eux et dynamise le réseau.

Selon vous, quels sont les problèmes de communication auxquels font face les ESS?

On se rend compte en rencontrant les membres qu'ils ont un problème de visibilité, les produits et services ESS sont très peu connus à Genève. Ce sont des personnes qui ne mettent pas au centre la communication. Elle a encore une image négative, d'intrusion dans la vie des gens, la communication c'est, selon eux, se mettre en avant ce qu'ils ne veulent pas. Mais elles ont également besoin de contenu, elles ont un manque de connaissances dans les bonnes pratiques ESS de gestion ou RH par exemple, et de comment s'améliorer pour avoir un impact encore plus positif. On a donc fait une réunion il y a quelques mois sur les 40 outils pour booster son entreprise avec notamment Maurizio Notarangelo.

Les entreprises qui ne savent pas comment s'y prendre se sentent isolées autant au niveau de la communication que de la gestion. Faire du réseau n'est pas ressenti comme éthique, car ils trouvent cela intrusif.

Après-GE peut-elle aider à pallier ce problème ?

On est en train de développer une cellule de communication afin de rassembler tous les membres qui font de la communication pour soutenir les autres membres qui n'en font pas. Nous sommes allés chercher des membres qui font de la vidéo, rédaction de contenu, création de sites web, création de chartes graphiques, ce qui fait 5 ou 6 membres. Pour cela, il faudra faire une séance pour faire émerger les besoins des membres plus spécifiquement par exemple besoin d'un logo, besoin d'être plus présent sur internet, etc... la communication est un métier propre à lui seul.

Potentiels et limites d'une communication digitale dans la valorisation des biens et services durables dans la région genevoise



Pensez-vous que Facebook, le réseau social de l'économie d'aujourd'hui, peut être une solution aux problèmes de communications des ESS malgré les valeurs qui ne s'alignent pas ?

C'est controversé. Il faut tout d'abord avoir une stratégie de communication éthique. Il faut également se rendre compte qu'en étant consomm'acteur il faut chercher l'information, c'est notre mission, pas comme les entreprises « capitalistes » ou c'est eux qui viennent à nous notamment à cause de leurs publicités, ils ont créé un monde de facilité. L'ESS ne vise pas cela, elle doit certes communiquer sur certains canaux, mais c'est aussi aux consommateurs de venir chercher ce dont ils ont besoin. Les ESS qui utilisent les réseaux sociaux tels que Facebook marchent très bien, elles sont bien plus connues. Comme Grenn Apéro ou Green Community Project et Genève Cultive, ce sont des réseaux qui font 2-3 fois par année des événements sur le développement durable et il y a beaucoup de gens qui s'y rendent notamment parce qu'elles font de la publicité sur Facebook.

Certaines entreprises d'indépendants sont contre ces outils digitaux non durables, ils ont réussi à se créer de la notoriété grâce à leurs compétences et marchent bien quand même, mais cela reste des sociétés de conseil, ce qui aide.

Y a-t-il des événements pour informer justement ce consommateur des possibilités qui lui sont offertes ?

Il existe un grand événement qui s'appelle Alternatiba, qui a commencé en France, c'est un rassemblement des initiatives locales pour l'environnement et l'impact sociétal pour montrer ce qui existe. C'est un événement très alternatif et ça attire seulement les personnes convaincues. C'est donc compliqué de toucher un plus large public. Il y a cependant Demain-GE, le film qui va bientôt sortir qui pourra toucher également un autre public. Le film sera diffusé en octobre-novembre, il montrera toutes les initiatives genevoises durables. Grand vecteur de communication, il sortira de manière indépendante, publié sur le site Après-GE et dans des cinémas indépendants.

Quelles sont les personnes à viser lors de communication vers le public, et pourquoi ?

Il y a en premier lieu le public qui n'est pas encore sensibilisé ou très peu, mais également les collaborateurs des ESS qui y travaillent, mais ne savent pas ce qu'est une ESS. Une de nos missions est d'aller dans ces entreprises et de communiquer sur

quelles sont les valeurs d'une ESS et pourquoi elles existent, sur ce qu'est l'économie sociale et solidaire et comment elle fonctionne. En septembre, nous commencerons cette communication vers nos membres.

Au sein d'après-GE comment gérez-vous votre propre communication ?

On a une personne qui est chargée de la communication et de la promotion des ESS. On crée donc des événements, on essaie surtout de créer du contenu à nos membres et à Genève, afin d'inspirer l'économie « classique ». On est notamment sur Facebook même si on essaie d'être sur d'autres canaux. On a une newsletter qu'on envoie une fois par mois à nos membres. Il y a Alternatiba, on est également à la semaine de l'entrepreneuriat à l'Uni-mail et sur la semaine du développement durable. Il existe Geneva Global Goals Innovation Day qui est une initiative d'impact hub (coworking pour l'entrepreneuriat sociale) avec The Port.

Utilisez-vous des logiciels libres au sein d'Après-GE?

Oui, par exemple on n'utilise pas des Doodle, mais des Framadate, pas de Google Doc, mais des Framapade, on utilise également Open Office. Deux nouvelles personnes ont été engagées cette année pour booster le réseau parce qu'on a perdu des financements l'année passée. On utilise comme moteur de recherche Ecosia et Duck Duck Go.

Pensez-vous que le community manager soit un métier assez développé dans les entreprises à vocation durable ?

Non, il faudrait former et créer ce poste dans les ESS. Il y en a quelques un dans les espaces de coworking mais ce sont des personnes qui sont proches du burnout, car elles doivent travailler pour plus d'une entreprise et le métier n'est pas assez valorisé, elles doivent faire toutes sortes de tâches. Le métier de community manager est important, peu importe qu'il soit un collaborateur de l'entreprise, ou engagé en externe.

Annexe 2 : Entretien avec Tiffany Gerber

Assistante d'enseignement à la Haute Ecole de Gestion ayant suivie une formation continue en marketing digital à l'ESM à Genève.

Dans les bureaux de la Haute Ecole de Gestion à Genève, le 31 mai 2017.

Selon la tendance en ce moment, quels outils sont les plus utilisés ou vont être plus utilisés ?

Facebook, bien que certains jeunes quittent Facebook remplacés par de plus vieilles personnes, Facebook reste un réseau social incontournable et à mon avis indispensable à une entreprise. Twitter reste aussi un outil très utile avec Instagram. Choisir ses outils en fonction de son public est important. On utilisera plus facilement Twitter et Snapchat pour les plus jeunes. Twitter est beaucoup plus généralisé aux États-Unis. Réseaux sociaux efficaces pour les actualités des entreprises.

Le site web est selon moi un lieu plus officiel propre à l'entreprise, la maison de l'entreprise.

Linkedin est un choix judicieux pour les relations interentreprises.

Malgré les inconvénients de Google au niveau de son impact, il reste le moteur de recherche avec les meilleurs résultats notamment à l'aide des cookies.

Comment fonctionne Google en quelques mots ?

Google va calculer combien de sites vont pointer vers le site de l'entreprise. Plus le site est cité plus il sera référencé plus haut. Des alternatives durables telles que Ecosia, Lilo, Goodsearch, Ecogine, Duck Duck Go, Qwant existent. Certains marchent bien, d'autres moins, mais aucun n'égale Google. Bing est plus utilisé aux États-Unis.

Selon la tendance, quels types de publications sont les plus utilisées ?

En ce moment, les vidéos marchent de plus en plus, on peut le voir sur Facebook avec les vidéos sous-titrées. Twitter a créé Periscope, Snapchat marche très bien aussi. Les « stories » se développent sur les réseaux sociaux.

Connaissez-vous des logiciels libres et qu'en pensez-vous ?

Oui j'en connais, notamment les outils que Framasoft propose comme les Framapad, Rearx ou Framabee. Il y a beaucoup d'outils en plein développement, cela favorise la collaboration, ils prennent de l'ampleur.

Potentiels et limites d'une communication digitale dans la valorisation des biens et services durables dans la région genevoise

Annexe 3 : Entretien avec Maurizio Notarangelo

*Spécialiste des logiciels libres, coopérateur prestataire au sein de l'entreprise Itopie.
Dans les bureaux de l'association de l'Orangerie à Genève, le 1 juin 2017.*

Quelques mots sur votre entreprise et ses activités actuelles ?

Avec Itopie nous sommes en train de monter un CHATON en ce moment, c'est un collectif des hébergeurs autonomes afin de "dégoogliser" et donner à la société civile des outils libres. On est passé au panier bio alimentaire, mais pas encore au panier bio informatique.

Quelques mots sur les outils libres ?

On confond souvent logiciel libre et logiciel ouvert. Dans le logiciel ouvert, le code est ouvert, on porte moins d'importance à la philosophie qui est d'enrichir l'intelligence collective et le partage collectif. Le logiciel libre c'est vraiment le côté philosophique du partage et on peut les distinguer entre Gnu et Linux. C'est ce dont s'occupe notamment la Freesoftware Foundation. Richard Steinmann est le gourou du libre. Copyleft est un mot important, c'est l'idée de pouvoir partager en étant la créatrice.

Pourquoi les ESS devraient-elles les utiliser ?

D'abord, il faut savoir qu'il y a différentes organisations qui s'occupent de les promouvoir. Il y a tout d'abord April qui est une association pour la promotion du logiciel libre en France. Framasoft qui est plus dans l'action, dans la pratique. On aimerait que les ESS utilisent les outils libres, car ils sont en cohérence avec leurs valeurs, et c'est ce qui se passe, elles les utilisent de plus en plus. Avec Itopie on sème des graines comme on peut. Ce qui est difficile c'est que c'est un combat qui nous anime beaucoup et l'on risque de se radicaliser et d'être moralisateur.

Les ESS, sont-elles prêtes aux changements ?

Oui, gentiment. La plupart des ESS connaissent et savent ce que c'est. Certains sont réticents aux changements, car tout changement demande du temps et de l'argent. On aimerait que les associations et organismes qui promeuvent l'utilisation des outils libres puissent pallier à ce frein. Une idée serait de semer le savoir chez les utilisateurs et que ça arrive aux oreilles des entreprises. Il faudrait se diriger gentiment vers Linux, mais pas tout de suite, car elles ont besoin d'un accompagnement. Libre Office marche super bien et permet de te laisser faire ce que tu veux et utiliser ce dont tu as besoin, on ne

Potentiels et limites d'une communication digitale dans la valorisation des biens et services durables dans la région genevoise

l'utilise qu'à 2.1% de sa capacité. Mais le problème c'est que si l'état ne s'y met pas, si les partenaires ne s'y mettent pas, on continue à avoir des luttes de formats. En effet, les formats des fichiers sont très importants, c'est des standards. Si les standards ne sont pas respectés, cela devient une lutte économique. L'égoïsme prime sur l'altruisme. Il y a quelques années, le format .docx est apparu, coup dur pour le logiciel libre, car Microsoft en avait assez que Open Office (Libre Office de l'époque) prenne de l'ampleur. Ils ont donc sabré Open Office qui a été racheté. Aujourd'hui Mozilla Foundation a repris Open Office. La communauté a dit qu'Open Office c'était fini et maintenant on prend Libre Office qui continue aujourd'hui. Ces conflits de standards empêchent de communiquer et d'avancer, cela crée des monopoles. La langue économique aujourd'hui est faite uniquement pour ceux qui paient. Au lieu de protéger son économie, des gens s'enrichissent sur le dos des autres.

Donc oui les ESS sont beaucoup plus sensibilisées qu'il y a 20 ans. Mais oui il y a toujours des freins comme le manque de temps et de ressources. Les ESS ne sont pas assez sensibilisées par les valeurs, si elles le savaient, elles se battraient pour ces valeurs d'où l'importance d'ouvrir les consciences.

Dans l'économie sociale et solidaire, on ne prend pas le temps d'analyser ses besoins. L'argent c'est du temps. Pourtant la mise en place des logiciels libres est facile et peu coûteuse. Après c'est vrai qu'il y a le service de la formation qui amène le changement qui coûte du temps et de l'argent. Itopie forme 1 ou 2 ambassadeurs au sein de l'entreprise qui vont former les autres, donc c'est efficient.

Comment se passe le cheminement pour installer un logiciel libre ? Quelles sont les étapes ? Quel bénéfice réel pour une ESS ?

Je vais vous donner un exemple : on prend une entreprise qui demande un système d'intranet et est d'accord que ce soit du logiciel libre. Elle paie 10'000.-. Quand ce logiciel a fini d'être installé, il portera celui qui l'a fait, celui qui a donné l'impulsion donc il y aura toute cette gratitude autour des gens qui y ont participé. Après cela, ce qui est génial c'est que si ce logiciel est bien distribué avec des licences libres et que la communauté est intéressée, elle pourra reprendre ce logiciel et le fera évoluer. Donc l'entreprise qui aura initié cette belle aventure, tous les 6 mois elle aura une mise à jour gratuite, faite par la communauté ou une autre association cousine de celle-ci qui aura 80% des mêmes besoins. Elle pourra donc prendre ce logiciel libre à coût 0, et elle va mandater l'autre société de service qui va pouvoir économiquement travailler et lui faire

un devis de 3'000.- pour améliorer ce qui manquait dans ce logiciel libre et ainsi répondre aux besoins de cette organisation. La première entreprise initiée va se rendre compte qu'elle n'avait pas pensé à l'outil newsletter que la nouvelle entreprise vient de rajouter. Elle pourra alors prendre le nouvel outil gratuitement, le savoir se partage.

Il faut savoir que même les multinationales utilisent beaucoup le logiciel libre, car à moyen terme c'est moins cher, plus stable et plus sécurisé. Chacun peut l'améliorer pour le renforcer.

Mais comment initier les ESS, leur en faire prendre conscience ?

Par des petits discours comme je viens de te faire. Pas mal de personnes vont déjà dans les entreprises pour leur expliquer les avantages du libre. Dans l'agenda du libre, nous pouvons voir ces speakers qui se circulent au sein des ESS spécifiquement. Le fait que des sortes d'ambassadeurs aillent dans les entreprises pour leur parler est efficace, car ils jouent sur la force des logiciels libres qui sont les valeurs promues. Grâce à Itopie il y a déjà 4-5 ESS qui sont passées aux logiciels libres. Le changement se fait petit à petit, pas à pas, étape par étape. Itopie pousse les entreprises à utiliser de plus en plus les outils libres, elle mesure le pourcentage de l'implication de l'entreprise dans les logiciels libres et la pousse à faire mieux l'année d'après. Dans le monde du libre, plein de gens font des ateliers gratuits pour ceux qui le souhaitent, car une des valeurs principales est le partage.

Les moyens et les opportunités sont-elles partout les mêmes ?

Concernant les logiciels libres, l'Espagne est en pleine expansion. En France ils sont très avancés à ce sujet. A Genève cela est plus difficile, car la société est plus tournée vers les banques et le trading. On est à des années-lumière de la France, aussi parce qu'on est beaucoup plus petit et il faut qu'il y aie du marché de niche. A Genève le marché est petit et bouché. En France ils ont la chance d'avoir des subventions de l'État grâce à l'Union européenne, donc plus de moyens qu'en Suisse. En Suisse, le côté économique prime et nous n'avons pas beaucoup d'argent à disposition pour innover dans l'alternatif ou explorer des opportunités.

Quels outils utiliser pour les entreprises ? Quels sont les premiers pas ? Des recommandations ?

Les entreprises peuvent commencer par l'explorateur pour naviguer sur internet en remplaçant Safari par Firefox et utiliser Libre Office.

Potentiels et limites d'une communication digitale dans la valorisation des biens et services durables dans la région genevoise

Une chose importante est de changer son moteur de recherche, Duck Duck Go est un moteur de recherche libre, ce ne sera pas les mêmes résultats que sur Google donc cela peut être un avantage. On peut même faire des recherches sur Google en étant crypté. Des livrets sont disponibles pour indiquer les conseils et marches à suivre comme le livret que met à disposition CeciLL.

Au niveau des réseaux sociaux alternatifs ?

Diaspora est un réseau super sur la Framasphère. L'avantage est que le pouvoir n'est pas gardé par une seule entreprise, le pouvoir n'est pas centralisé.

C'est entre Twitter et Facebook, il y a une forte puissance des hashtags. C'est une alternative de plus en plus utilisée.

Conseil pour ESS: ouvrir un compte Diaspora et y poster les choses habituellement publiées sur Facebook. Sur Genève il y a environ 500 personnes inscrites contre 50'000 sur Facebook, il faut continuer à en parler. Il existe également un Twitter libre né il y a quelques mois qui s'appelle Mastodon.

Réels dangers des outils non libres comme Facebook et Google ?

Au niveau du développement durable il y a 3 axes, social, économique et écologique.

Côté écologique : on se retrouve à dépenser beaucoup pour la technologie, donc du matériel et des ressources. L'utilisation de ressources est énorme pour répondre à des besoins souvent presque fictifs ou inutiles, mais c'est surtout une dépense énergétique de 80% pour enrichir les plus riches, donc la minorité. Si on prend un serveur, 80% de l'énergie consommée n'est pas pour le bien collectif, mais pour amasser des données dans des Data Center et les étudier. La phase qui utilise le plus d'énergie est à la production de l'ordinateur.

Du côté social, les logiciels privatifs nous enlèvent le pouvoir, on ne sait plus ce qu'on fait avec nos ordinateurs et à quel point on peut être espionné. Ces outils rendent captifs les utilisateurs et privent l'intelligence collective.

Annexe 4 : Entretien avec Catherine Armand

En charge de la communication au sein de l'ESS Happy City Lab.

Dans les bureaux d'Happy City Lab à Genève, le 19 juin 2017.

Bonjour, quelques mots sur Happy City Lab ?

Happy City Lab a été créé pour changer la perception qu'ont les gens sur leur environnement urbain tout en créant des moments de partage. Nous travaillons sur beaucoup de projets en même temps notamment « jouez-moi » les pianos disposés dans les villes, Cinétransat ou encore la boîte d'échange entre voisins.

L'entreprise est-elle sur les réseaux sociaux ? Lesquels ?

Oui, Facebook, Instagram, Twitter, Vimeo notamment. Nous communiquons sur différentes pages, notre principale est celle d'Happy City Lab l'entreprise, le label en soi, et d'autres plus petites pages par projet, une pour Cinétransat et une pour les pianos « jouez-moi » par exemple. Quatre pages totalisées sur Facebook, quatre pages sur Twitter, un compte sur LinkedIn, seulement Happy City Lab sur Instagram. Cependant nous ne sommes pas sur Snapchat.

Comment définiriez-vous l'utilisation de vos réseaux sociaux ?

Sur Facebook notamment il y a beaucoup d'échanges, on sollicite énormément l'échange et le partage grâce à des questions à la fin de la publication et on demande de partager sinon les personnes se gênent à le faire.

Que vous apportent-ils ? Quelle est leur utilité ?

Cela complète nos outils de communication tels que l'affichage, les événements, les médias, etc... Notre budget étant limité, sa gratuité est un atout. Cela nous apporte des échanges de qualités avec notre communauté, cela renforce les liens, mais c'est également un bon outil de partage, les gens repostent nos publications, ça fait un effet boule de neige.

Comment faites-vous alors pour toucher de nouvelles personnes ?

Cette année par exemple on a décidé de toucher un public beaucoup plus jeune, on a créé une soirée "Manga cosplay" en passant le dernier film "One piece" qui n'est jamais

passé auparavant sur les écrans suisses. On utilise davantage les événements, les partenariats comme avec "Vision du réel" pour toucher un nouveau public.

Avez-vous une personne/équipe dédiée à la communication générale et/ou digitale ?

Je suis la seule personne avec monsieur Dan Aesher à m'occuper de la communication et je fais de la communication générale, je touche à tout. Avec Dan Aesher nous nous voyons pour parler des stratégies de communication. Beaucoup d'organisation à mettre en place afin d'être en permanence présents sur les réseaux sociaux. J'utilise par exemple Hootsuit qui permet de tout publier en un seul clic, c'est un outil multi réseaux.

Connaissez vous les logiciels libres et/ou les alternatives telles que diaspora ?

Oui nous en connaissons pas mal. Par exemple, on utilise Libre Office, on télécharge des petits trucs de partage libre. Toute l'équipe a bénéficié de 3 mois de cours sur les logiciels libres avec monsieur Lionel Lourdin spécialiste du libre. Nous avons fait la demande avec monsieur Christophe Dunand et son entreprise réalise. Ce cours était basé sur tout l'Open Source, le Créative Commons, les tiers-lieux, etc... D'ailleurs pour notre projet de boîtes d'échange nous publions du libre, c'est-à-dire en Open Source. Nos publications sont à partager librement comme pour le guide des boîtes entre voisins, si quelqu'un veut reprendre notre concept il le peut.

Nous n'utilisons par contre pas Diaspora par manque de temps. Mais plus tard ça pourrait être un projet.

Comment voyez-vous l'avenir de votre communication digitale ?

On se rend surtout compte de la limite d'une communication sur les réseaux sociaux comme Facebook. Avec l'évolution de tous ces réseaux sociaux, les pages perdent énormément de visibilité. Maintenant, si on crée une publication non payante sur notre page, cela touche 6% des profils alors que si on paie ça peut monter jusqu'à 15-20% de visibilité en plus. Les pages touchent davantage les personnes qui sont abonnées à la page, mais c'est très compliqué pour toucher un nouveau public. Avant une publication touchait 100% des gens, nous avons créé notre page en 2009 alors notre impact était énorme, mais petit à petit les posts payants ont remplacé les publications gratuites. Mais avec Cinétransat nous arrivons à récolter tout de même 900 likes sur une publication ce qui est quand même bien, c'est notamment grâce au partage que nous utilisons beaucoup. Nous avons un budget de 200.- par projet par année sur Facebook

Potentiels et limites d'une communication digitale dans la valorisation des biens et services durables dans la région genevoise

pour créer des posts payants, grâce à cela, nous touchons le double voire le triple de personnes.

Que pensez-vous de l'utilisation des réseaux sociaux et des ESS ?

On a conscience de tous ces impacts négatifs que peut avoir l'utilisation de ces réseaux sociaux, mais comme dit plus haut nous publions en Open Source ce qui est déjà une bonne chose.

Par rapport à la communication digitale, avez-vous un conseil pour les autres ESS ?

Par rapport à la communication digitale d'entreprise institutionnelle : C'est impossible de faire de la communication digitale percutante si nous ne sommes pas nous-mêmes sur les réseaux sociaux. Sur Facebook par exemple, nous n'avons plus le droit d'inviter les personnes à aimer notre page. On ne peut qu'inviter nos amis personnels. Nous touchons actuellement 35'000 personnes, cela passe par demander à tous nos employés et collaborateurs de faire des invitations, car nous ne pouvons pas le faire nous-mêmes. Être suivi par des médias par exemple est très important et utile. Tout ce que je viens de vous dire est très sous-estimé.

Annexe 5 : Entretien avec Lionel Lourdin

Administrateur de Akash Holding, président de IT Foundation et expert en logiciels libres.

Dans les bureaux d'Akash Holding à Vernier, le 28 juin 2017.

Bonjour, quelques mots sur vous?

Je suis électronicien et informaticien de formation et je suis dans l'entrepreneuriat depuis une vingtaine d'années. Je suis également président d'une organisation nationale fondée en 2005, la IT Foundation pour la recherche dans le développement de matériels et logiciels libres.

Les outils libres sont-ils parfaitement efficaces dans l'utilisation quotidienne d'une entreprise ?

Cela fait 20 ans que nous travaillons avec 100% de logiciels libres donc oui c'est parfaitement adapté aux ESS. On garantit l'innovation constante du produit vu qu'il est Open Source, il est pérennisé. C'est un très grand avantage, c'est à-dire qu'au fur à mesure des années on va pouvoir l'améliorer et il ne sera jamais perdu, cela promet la pérennité des activités, toujours exploitables quoiqu'il arrive. Cela crée une base informatique solide. En plus de l'efficacité et l'agilité de ce logiciel, ils nous donnent la notion de patrimoine informatique ce qu'un logiciel propriétaire ne donne pas.

Le Cern est un bon exemple, leurs études nécessitent parfois 20 à 40 ans de recherches et ils ont besoin d'un parc informatique pérennisé, transparent et de gouvernance, ils ont donc opté pour du logiciel libre.

Le langage informatique est une extension du langage humain, il faut que les ESS en prennent conscience.

En quoi les logiciels libres permettent-ils une réduction des coûts ?

Le logiciel libre coûte moins cher dans le sens où il y a moins de frais à payer, mais le budget informatique va davantage vers les formations et le développement de ces logiciels que dans la maintenance.

Par exemple, si les ESS veulent créer une communauté spécifique à leurs valeurs, elles peuvent utiliser le logiciel Diaspora, mais au lieu de se dire que c'est gratuit elles peuvent investir et l'améliorer en fonction de leurs besoins.

Potentiels et limites d'une communication digitale dans la valorisation des biens et services durables dans la région genevoise

L'investissement est pérennisé étant donné que c'est un bien commun numérique, les ESS pourraient effectivement mutualiser les coûts pour les développer.

Existe-t-il des formations spéciales pour les ESS qu'elles peuvent demander ?

Il y en existe, mais pas assez. Il y a l'institut de formation IDEA suisse qui en propose, il est en train de se développer sous le modèle de l'économie de la contribution.

L'utilisation des logiciels libres permet des possibilités incroyables. Il y a sur internet des moyens de continuer à se perfectionner en la matière grâce à des corpus disponibles en Open Source gratuitement et en tout temps. IDEA suisse rassemble des corpus de connaissance qu'elle met à disposition gratuitement sur internet. Il y a du financement contributif, on inverse le processus, on dit aux élèves que le plafond de la première entrée s'élève à 1200.- (24h de formation à 25.- de l'heure), à partir de 5 élèves ça permet de créer une enveloppe de 6000.- donc 2'000.- par jour pour ces 24h. C'est le même tarif qu'un enseignant sur le marché. Des associations peuvent faire des classes de 10 personnes par exemple et ils paieront 480.- par personne. Tout ce qui est intégré dans ces formations est disponible en Open Source ce qui permet d'intégrer les notions et continuer à l'adapter à leurs activités. La formation est concrète en fonction des besoins des entreprises.

La formation est très importante dans l'extension de son parc informatique.

Afin d'avoir de bonnes bases pour se débrouiller seul, il faudrait l'équivalent de 6 demi-journées, après cela, les bases fondamentales sont acquises et les cours sont disponibles en Open Source donc on peut continuer seul et sur ses propres projets.

Comment faites-vous la promotion des logiciels libres ?

Beaucoup de choses s'organisent autour du logiciel libre, il y a les rencontres mondiales des logiciels libres qui ont lieu à Saint - Etienne en juillet, ce sont des rencontres libres. Beaucoup d'événements et d'ateliers sont disponibles. Il n'y a jamais eu autant de logiciels libres qu'à l'heure actuelle, cela devient une nécessité. Il faut bien faire comprendre aux ESS que les logiciels libres sont une expansion de leur capacité et de leurs activités. Par exemple, quelques associations pourraient se mettre d'accord et se mettre sur Diaspora, elles pourraient créer une communauté pour la protection de l'environnement par exemple. Ensuite, elles pourraient partager des photos et des publications. Il y a également Mastodon, plus proche de Twitter que de Facebook, qui est en pleine expansion, il permet de créer des communautés. Les entreprises

Potentiels et limites d'une communication digitale dans la valorisation des biens et services durables dans la région genevoise

s'approprient quelque chose de commun et vont le protéger ensemble. C'est comme ça que Linux est si protégé.

Quel est le meilleur réseau social libre que devraient utiliser les ESS ? Diaspora et Mastodon ?

Ces deux réseaux sociaux pourraient être très intéressants, mais ce serait faire du "solutionnisme". Ce qu'il faudrait faire avec les ESS c'est qu'elles se réunissent avec des gens de plusieurs domaines différents, on appelle cela un tiers-lieu. Il faut regarder les besoins de ces entreprises: que doivent-elle traiter et quelle est la meilleure manière de le faire ? Et après, quel logiciel permettra d'y répondre. Mais Diaspora et Mastodon sont effectivement des outils très pertinents.

Antoine Buret a fait une thèse sur le tiers-lieu, allez voir, c'est un mécanisme social particulier qui se base autour de bien commun technologique et bien commun informationnel. Il est utilisé de plus en plus en France.

Il y a des protocoles communs de communication qui sont géniaux et permettent aux entreprises de communiquer avec leurs clients, comme Ring Messenger ou Chat. C'est comme du Whatsapp ou du Skype pour parler ensemble sans serveur centralisé. Cela permet de communiquer en direct.

Comment amener les clients et le public sur ces outils ?

C'est gentiment en train d'arriver, premièrement il faut que l'entreprise s'approprie ces logiciels. C'est après aux entreprises de dire à leurs clients que tels outils libres existent et fonctionnent, les pousser à les suivre. C'est gratuit et elles peuvent leur faire découvrir. C'est aux ESS de promouvoir le fait que l'informatique est une chance pour l'humanité, et qu'on se doit de l'utiliser de manière juste.

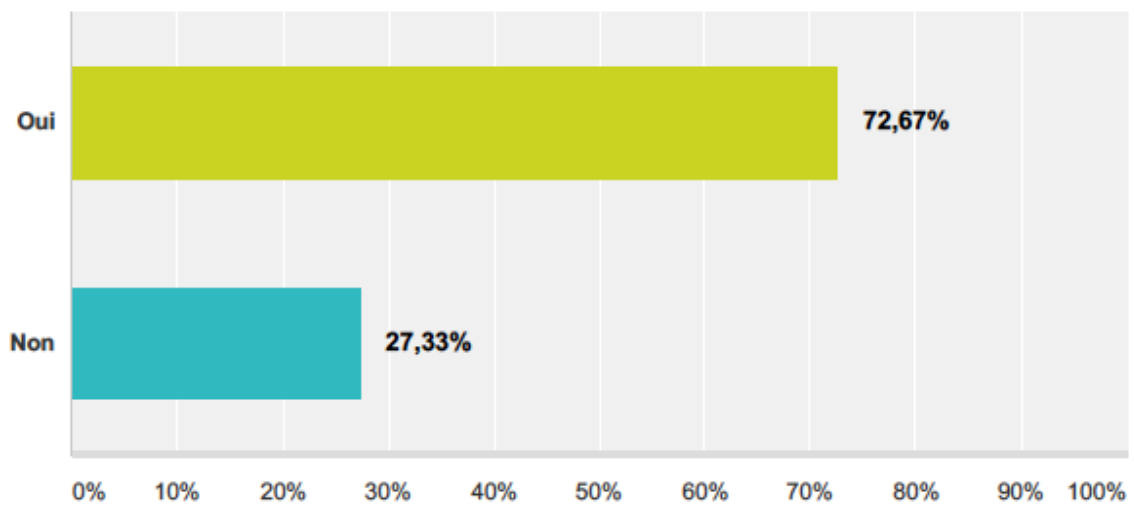
Une phrase pour convaincre les ESS de se mettre aux logiciels libres ?

On est aujourd'hui victime de l'informatique. Il faut dire aux ESS que c'est une transition informatique, on ne doit pas changer nos habitudes du passé, mais c'est une expansion de leurs activités.

Annexe 6 : Questions et réponses du sondage en ligne Survey Monkey

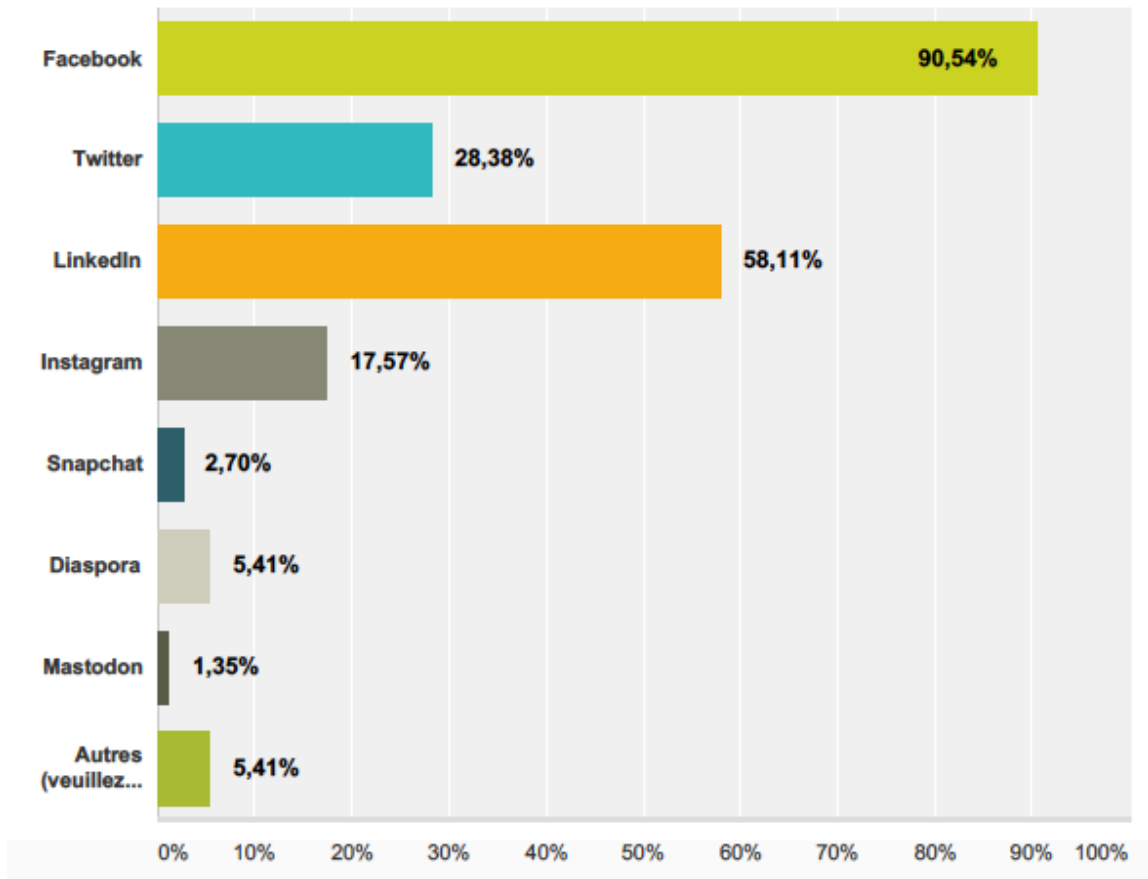
Q1 Etes-vous présents sur les réseaux sociaux ?

Réponses obtenues : 150 Question ignorée : 0



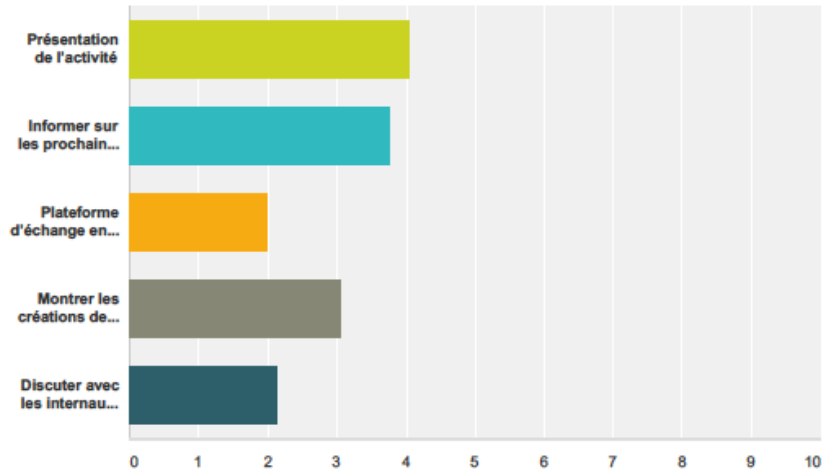
Q2 Sur quels réseaux sociaux êtes-vous actuellement inscrits ? (Plusieurs réponses possibles)

Réponses obtenues : 74 Question ignorée : 76



Q3 Quels types d'informations publiez-vous sur vos réseaux sociaux ? (dans l'ordre d'importance, 1 étant le plus important, 5 le moins important)

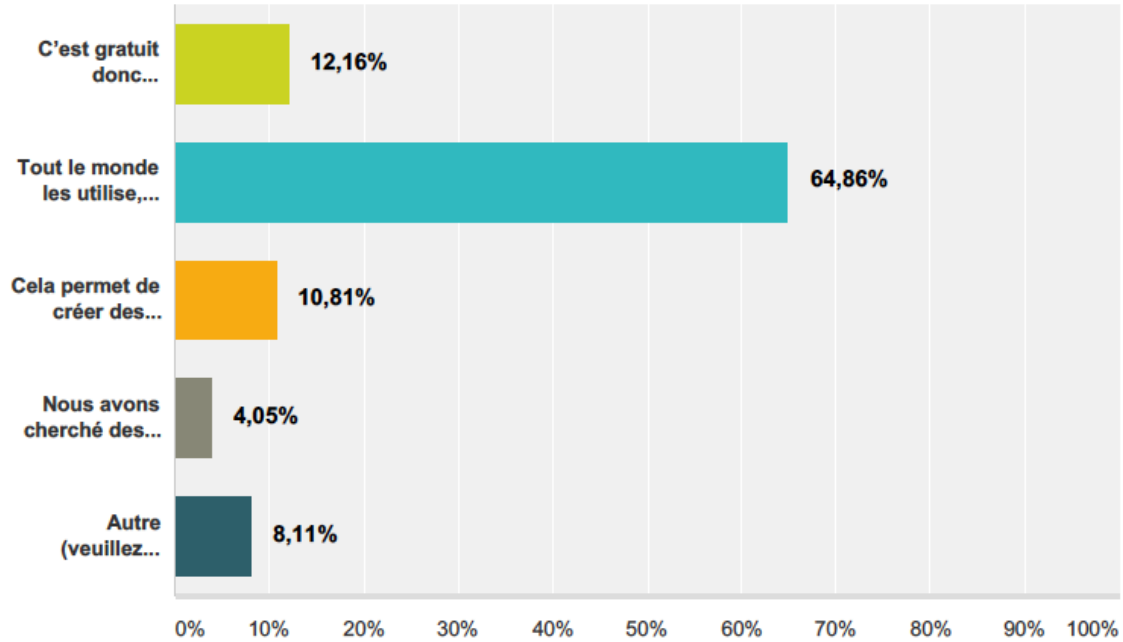
Réponses obtenues : 74 Question Ignorée : 76



	1	2	3	4	5	Total	Score
Présentation de l'activité	45,95% 34	25,68% 19	18,92% 14	6,76% 5	2,70% 2	74	4,05
Informers sur les prochains événements liés à l'entreprise/agenda	31,08% 23	37,84% 28	14,86% 11	8,11% 6	8,11% 6	74	3,76
Plateforme d'échange entre collaborateurs (Intranet/extranet)	10,81% 8	8,11% 6	5,41% 4	22,97% 17	52,70% 39	74	2,01
Montrer les créations de l'entreprise	10,81% 8	17,57% 13	44,59% 33	20,27% 15	6,76% 5	74	3,05
Discuter avec les internautes (débat, avis)	1,35% 1	10,81% 8	16,22% 12	41,89% 31	29,73% 22	74	2,12

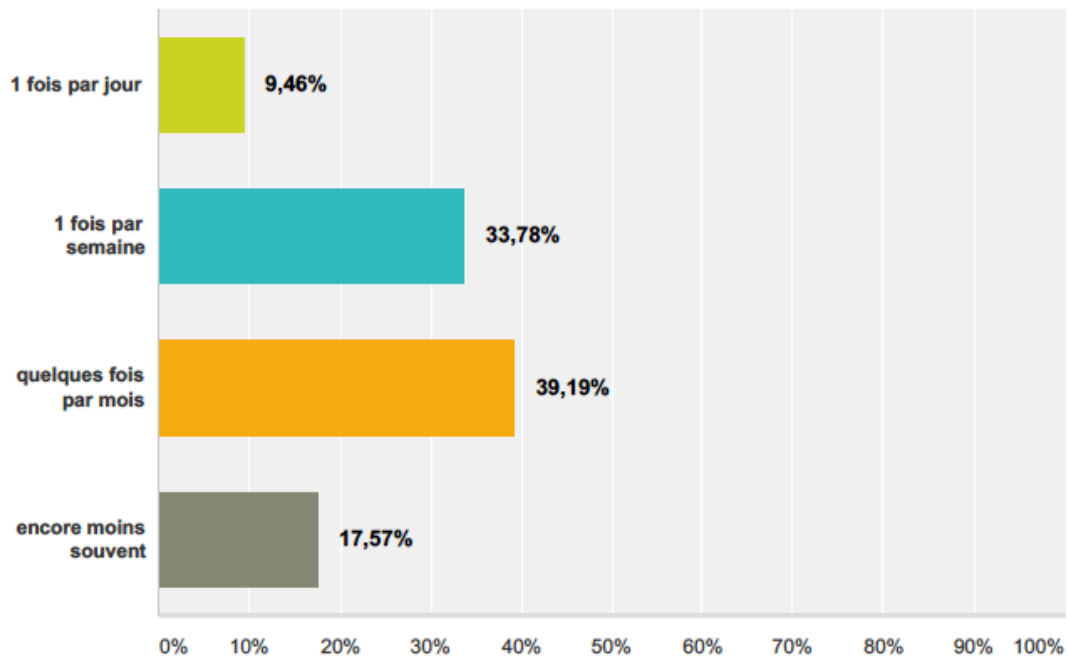
Q4 Quelle affirmation justifie au mieux vos choix? (une seule réponse possible)

Réponses obtenues : 74 Question ignorée : 76



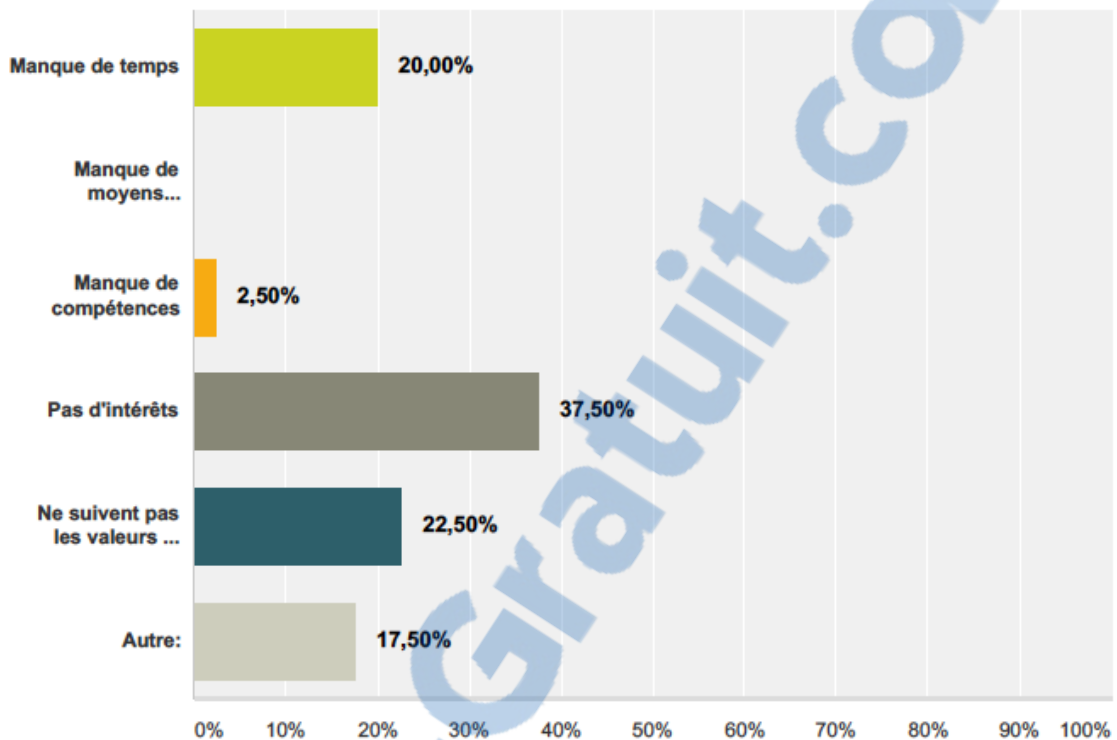
Q5 A quelle fréquence s'élève vos mises à jour/modifications des publications?

Réponses obtenues : 74 Question ignorée : 76



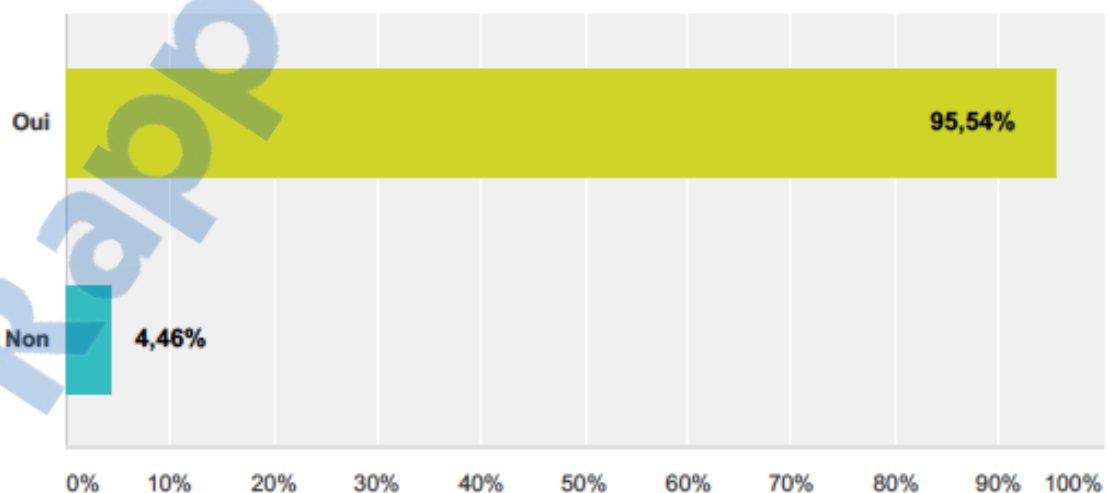
Q6 Pour quelle raison principale n'êtes-vous pas sur les réseaux sociaux ?

Réponses obtenues : 40 Question ignorée : 110



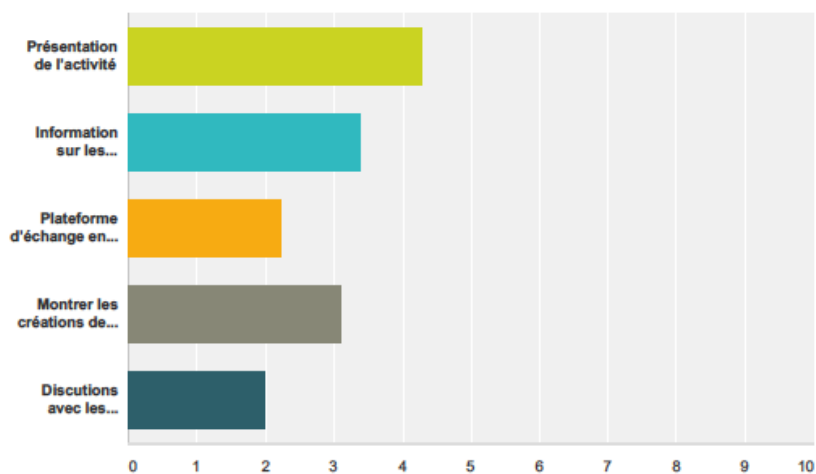
Q7 Votre entreprise possède-t-elle un site web?

Réponses obtenues : 112 Question ignorée : 38



Q8 Quel type d'information publiez-vous sur votre site web ? (dans l'ordre d'importance, 1 étant le plus important, 5 étant le moins important)

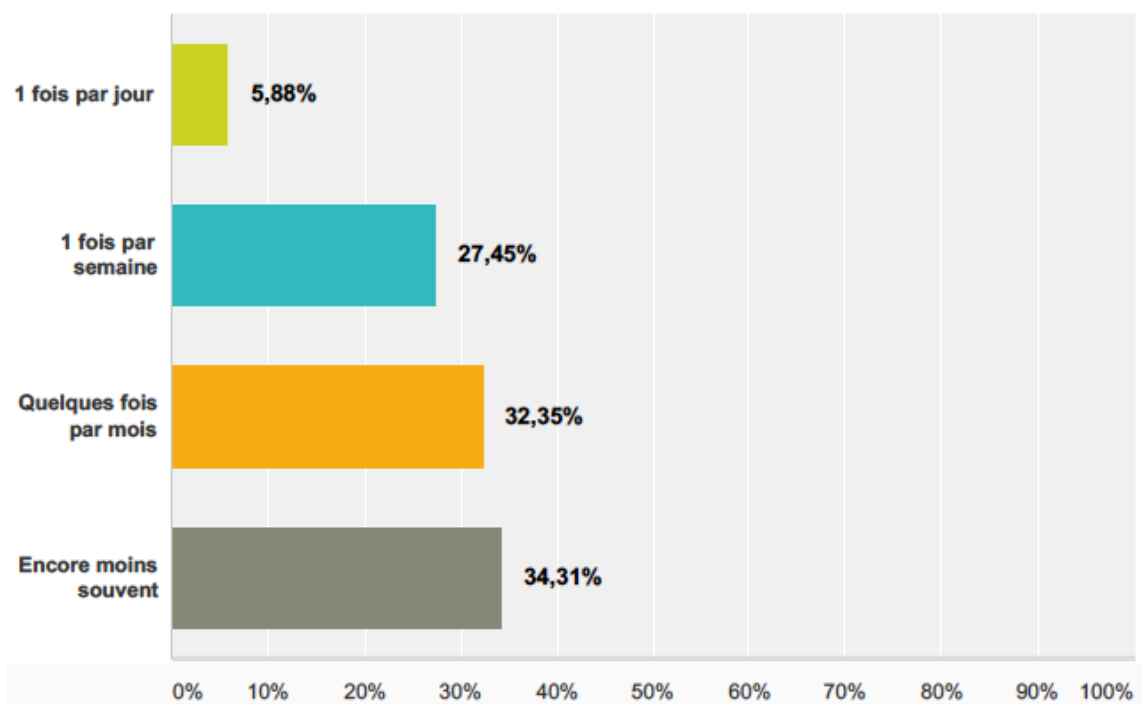
Réponses obtenues : 102 Question ignorée : 48



	1	2	3	4	5	Total	Score
Présentation de l'activité	71,57% 73	10,78% 11	3,92% 4	2,94% 3	10,78% 11	102	4,29
Information sur les prochains événements liés à l'entreprise/agenda	7,84% 8	43,14% 44	34,31% 35	9,80% 10	4,90% 5	102	3,39
Plateforme d'échange entre employés (intranet/extranet)	8,82% 9	8,82% 9	13,73% 14	33,33% 34	35,29% 36	102	2,23
Montrer les créations de l'entreprise	4,90% 5	29,41% 30	41,18% 42	20,59% 21	3,92% 4	102	3,11
Discussions avec les internautes (débat, avis)	6,86% 7	7,84% 8	6,86% 7	33,33% 34	45,10% 46	102	1,98

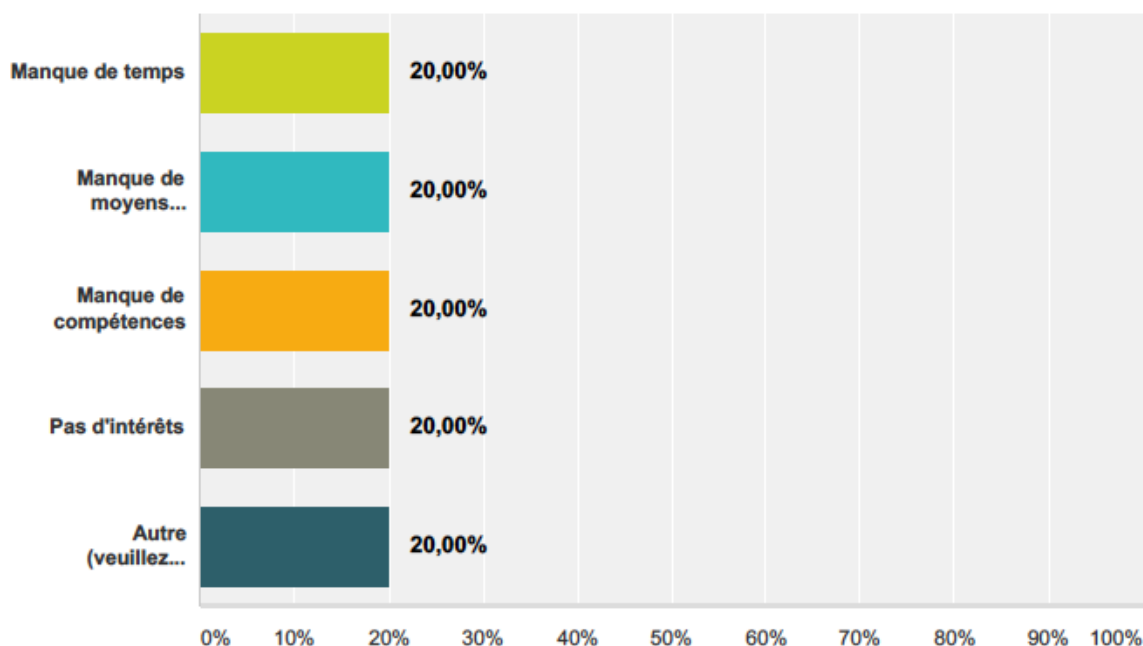
Q9 A quelle fréquence s'élève vos mises à jour/modifications des publications ?

Réponses obtenues : 102 Question ignorée : 48



Q10 Pour quelle raison principale ne possédez-vous pas un site web ?

Réponses obtenues : 5 Question ignorée : 145



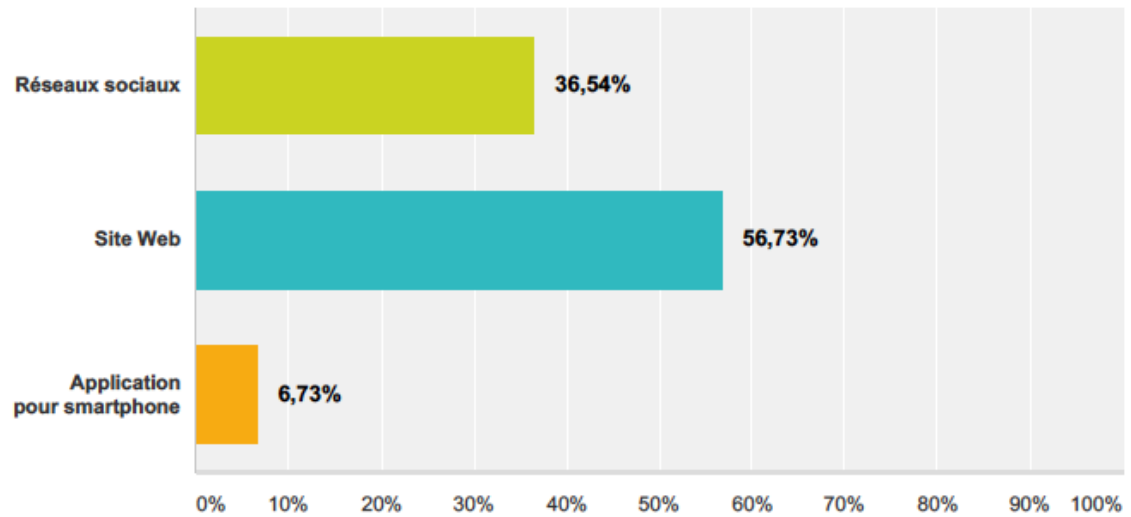
Potentiels et limites d'une communication digitale dans la valorisation des biens et services durables dans la région genevoise

Rapport-gratuit.com
LE NUMERO 1 MONDIAL DU MÉMOIRES



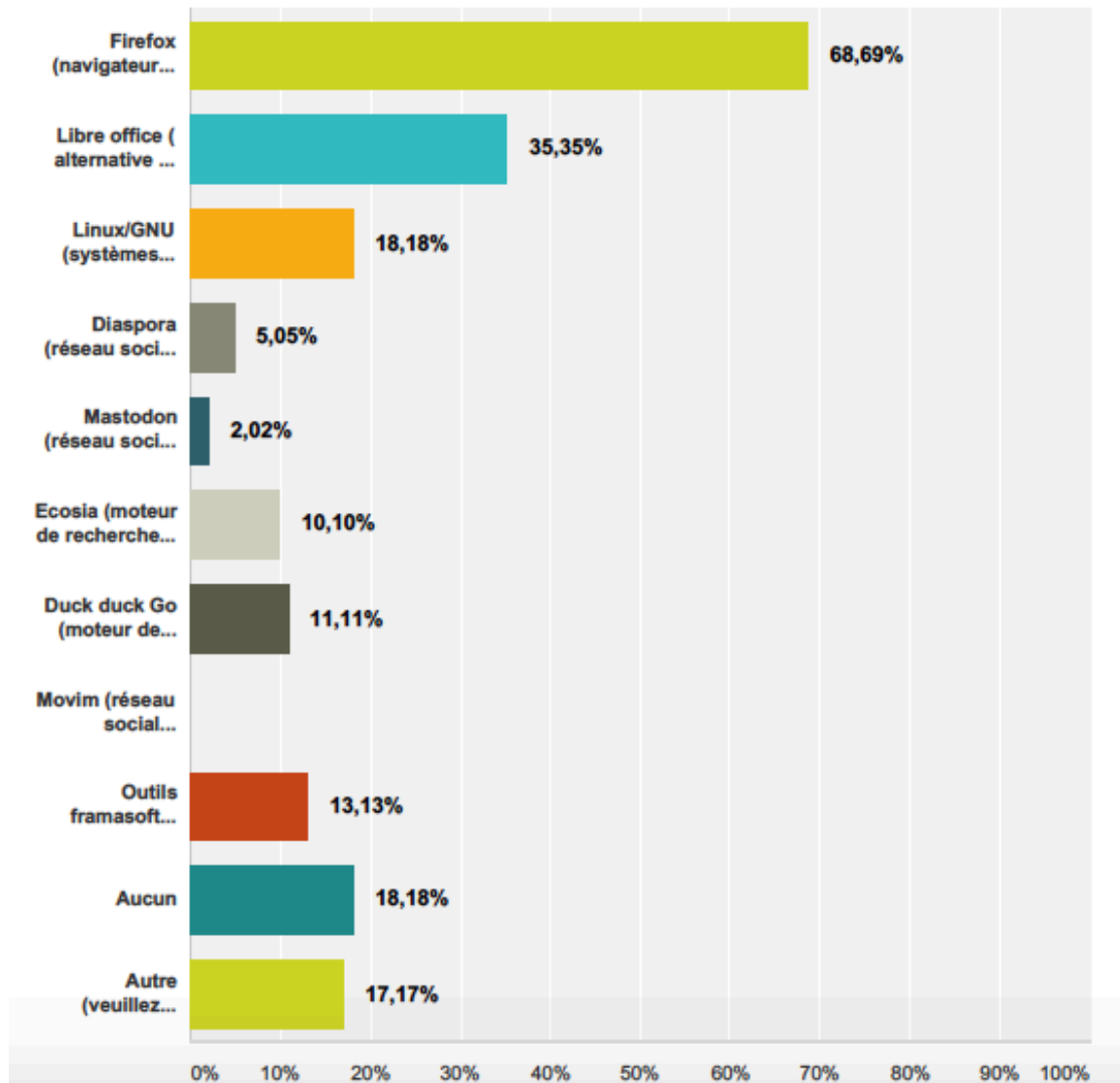
Q11 Sur le long terme, sur quel outil vous focaliserez-vous si vous en aviez les moyens ? (une seule réponse possible)

Réponses obtenues : 104 Question ignorée : 46



Q12 Quels logiciels libres/alternatives durables suivants utilise votre entreprise ? (plusieurs réponses possibles)

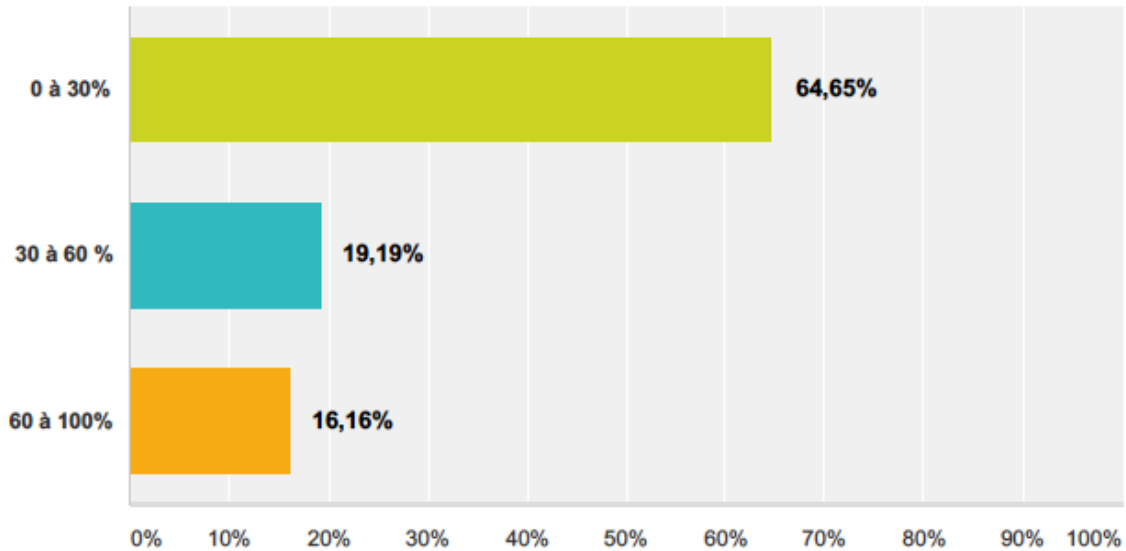
Réponses obtenues : 99 Question ignorée : 51



Potentiels et limites d'une communication digitale dans la valorisation des biens et services durables dans la région genevoise

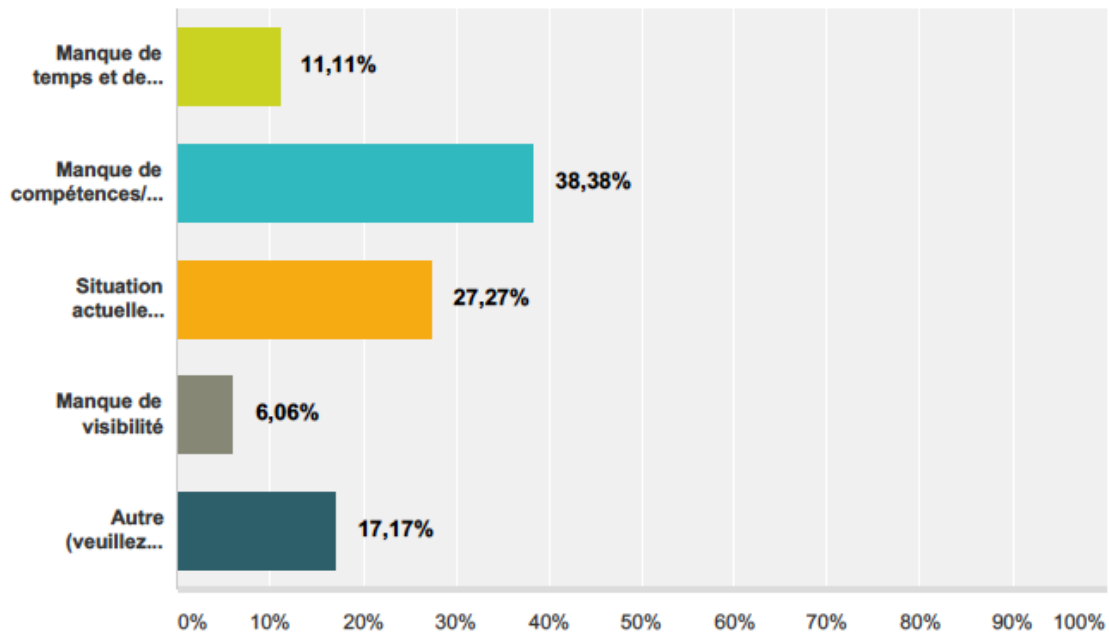
Q13 A combien de % estimeriez-vous votre utilisation des logiciels libres/alternatives par rapport aux outils dits « classiques »?

Réponses obtenues : 99 Question ignorée : 51



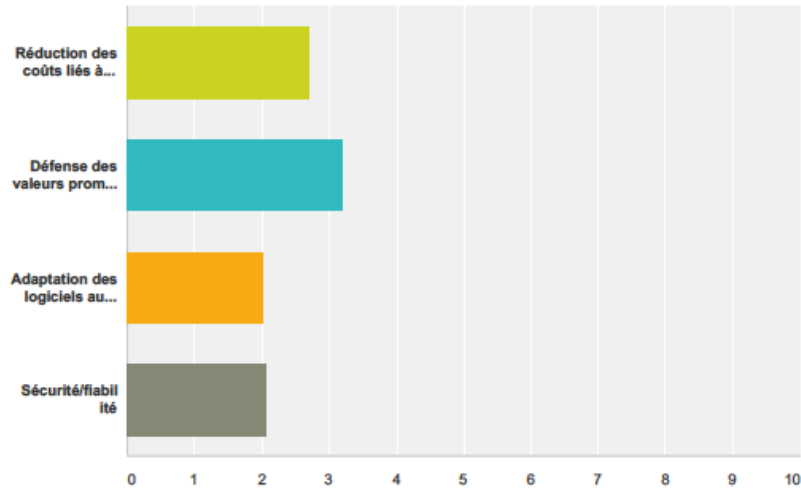
Q14 Selon vous, quel pourrait être le frein à l'utilisation de ces outils/alternatives libres ? (le plus important)

Réponses obtenues : 99 Question ignorée : 51



Q15 Pour quelles raisons utilisez-vous les outils libres/alternatives? (dans l'ordre d'importance, 1 étant le plus important, 4 étant le moins important)

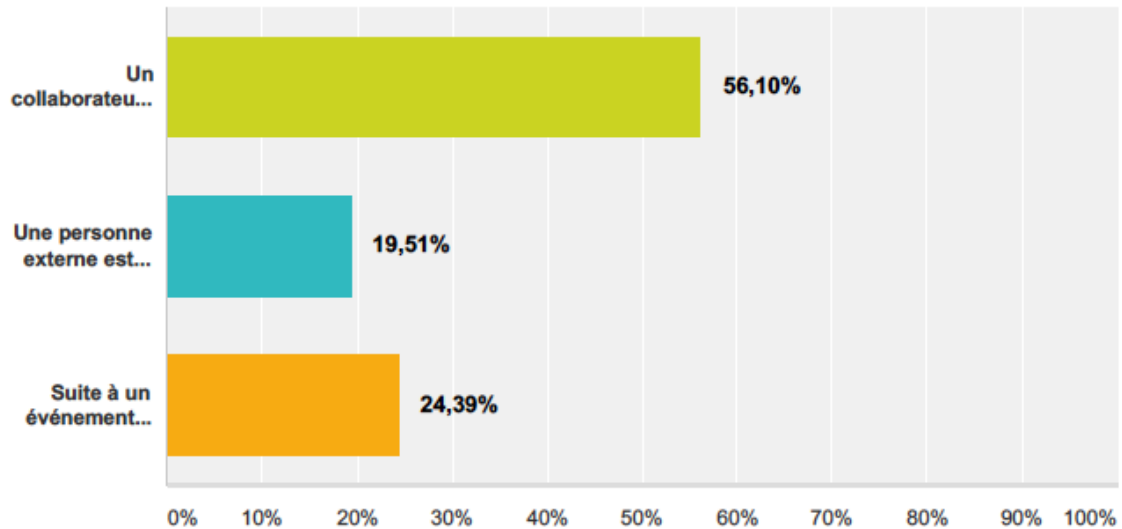
Réponses obtenues : 45 Question ignorée : 105



	1	2	3	4	Total	Score
Réduction des coûts liés à l'informatique (investissement sur le long terme)	28,89% 13	33,33% 15	17,78% 8	20,00% 9	45	2,71
Défense des valeurs promues par les logiciels libres (écologiques, économiques et sociales)	53,33% 24	28,89% 13	2,22% 1	15,56% 7	45	3,20
Adaptation des logiciels aux besoins spécifiques de l'entreprise	8,89% 4	15,56% 7	44,44% 20	31,11% 14	45	2,02
Sécurité/fiabilité	8,89% 4	22,22% 10	35,56% 16	33,33% 15	45	2,07

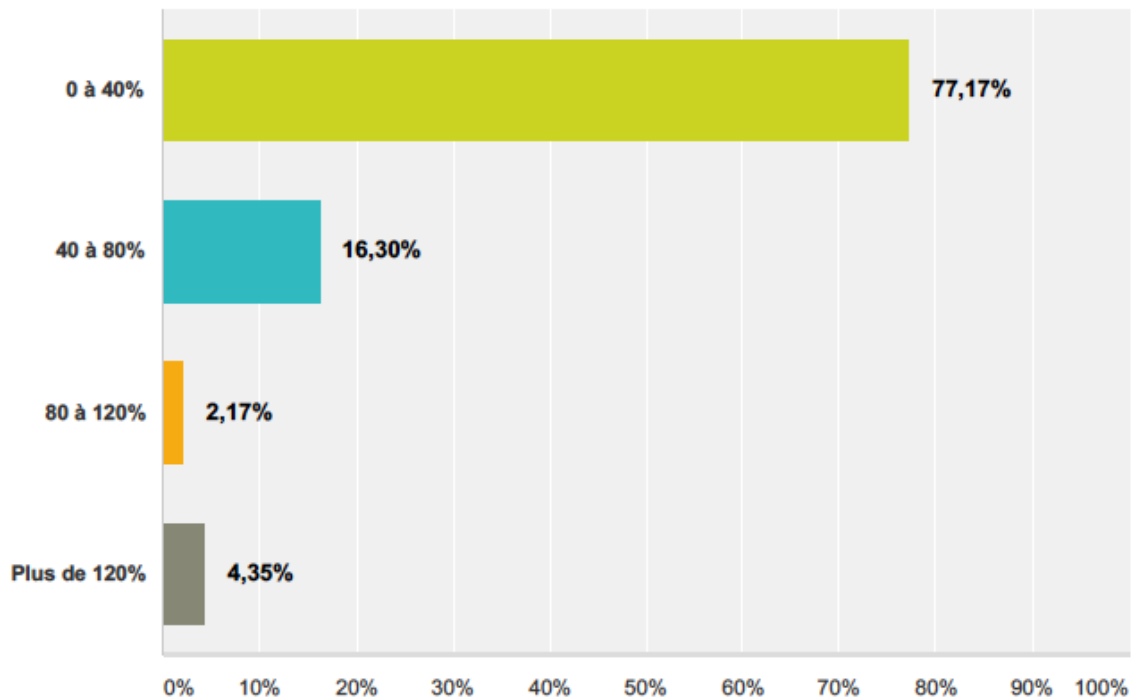
Q16 De quelle manière avez-vous pris conscience de l'utilité de ces outils pour votre entreprise?

Réponses obtenues : 41 Question ignorée : 109



Q17 Combien de temps consacrez-vous à la communication générale dans votre entreprise ? (équivalent plein temps)

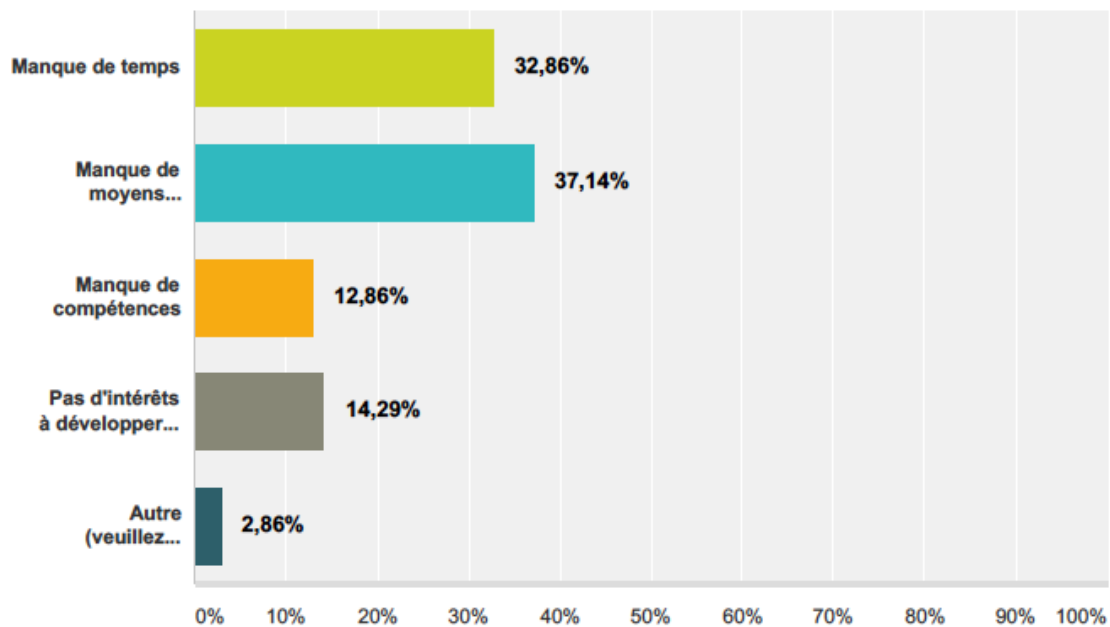
Réponses obtenues : 92 Question ignorée : 58



Potentiels et limites d'une communication digitale dans la valorisation des biens et services durables dans la région genevoise

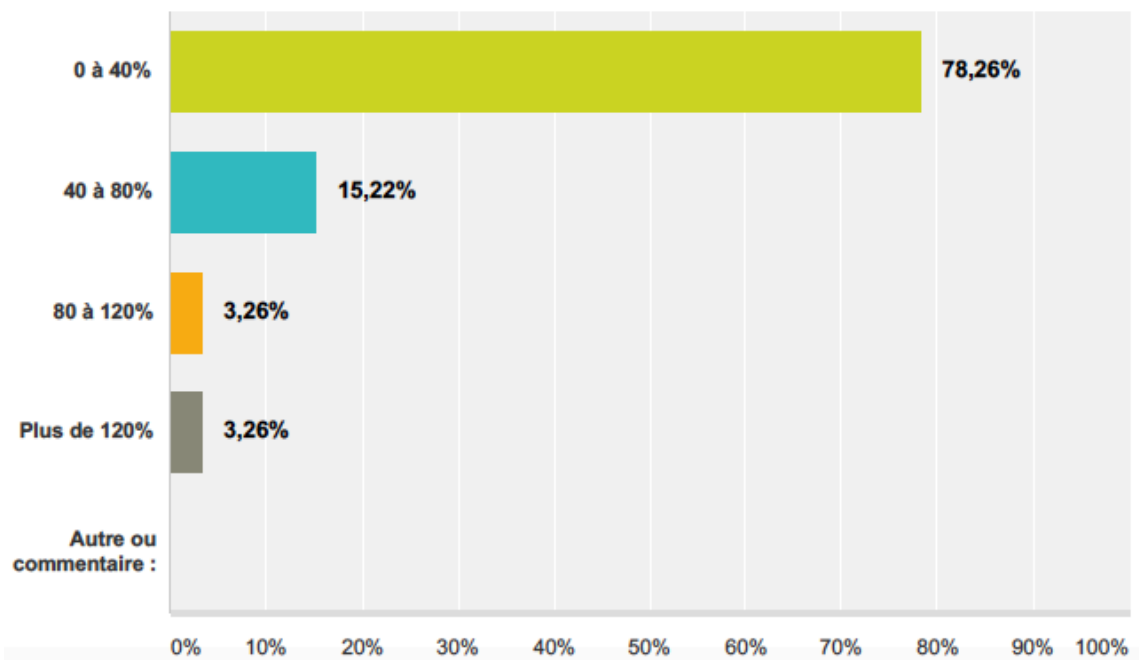
Q18 Si vous vouliez développer votre communication, quel pourrait être le frein principal?

Réponses obtenues : 70 Question ignorée : 80



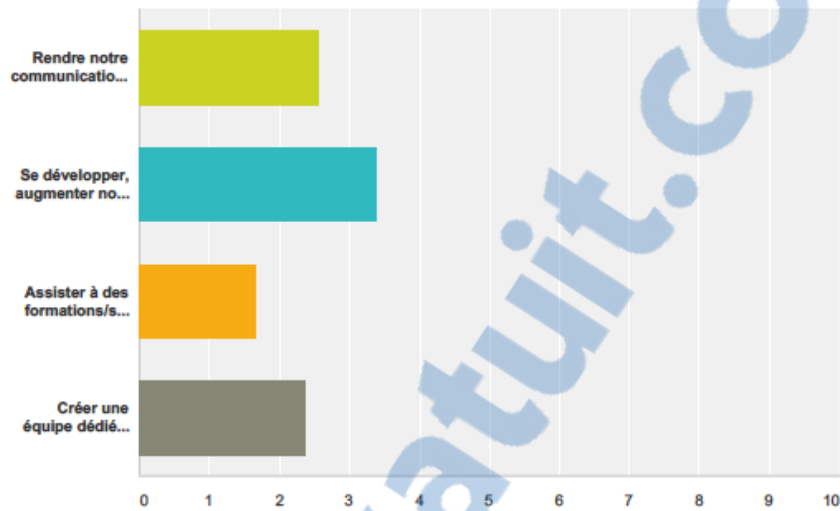
Q19 Combien de temps consacrez-vous à la communication digitale dans votre entreprise ? (équivalent plein temps)

Réponses obtenues : 92 Question ignorée : 58



Q20 Quels sont vos projets en matière de communication digitale ? (dans l'ordre de priorité, 1 étant votre priorité, 4 étant votre dernière priorité)

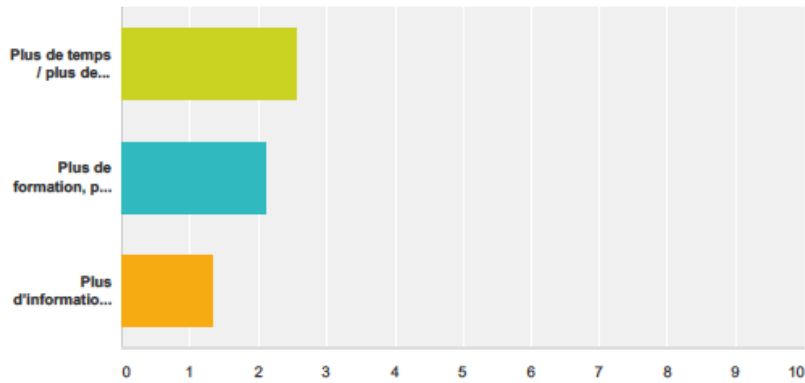
Réponses obtenues : 18 Question Ignorée : 132



	1	2	3	4	Total	Score
Rendre notre communication plus durable alignée sur nos valeurs écologiques et sociales	27,78% 5	11,11% 2	50,00% 9	11,11% 2	18	2,56
Se développer, augmenter notre visibilité sur le web (amélioration site web et réseaux sociaux)	61,11% 11	22,22% 4	11,11% 2	5,56% 1	18	3,39
Assister à des formations/séminaires/conférences afin d'acquérir des compétences et améliorer sa communication digitale	0,00% 0	16,67% 3	33,33% 6	50,00% 9	18	1,67
Créer une équipe dédiée à la communication digitale	11,11% 2	50,00% 9	5,56% 1	33,33% 6	18	2,39

Q21 Quels sont les besoins les plus importants pour améliorer votre communication digitale ? (dans l'ordre de priorité, 1 étant votre priorité, 3 étant votre dernière priorité)

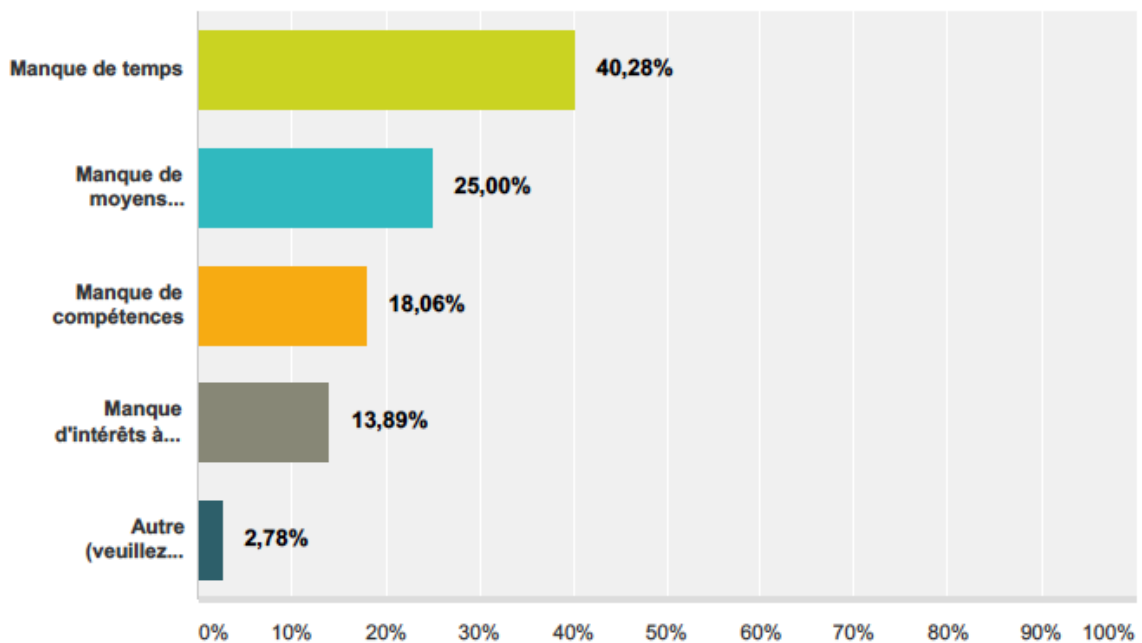
Réponses obtenues : 18 Question ignorée : 132



	1	2	3	Total	Score
Plus de temps / plus de budget	55,56% 10	44,44% 8	0,00% 0	18	2,56
Plus de formation, plus de compétences	33,33% 6	44,44% 8	22,22% 4	18	2,11
Plus d'information sur les avantages d'une communication digitale	11,11% 2	11,11% 2	77,78% 14	18	1,33

Q22 Si vous vouliez développer votre communication digitale, quel pourrait être le frein principal ?

Réponses obtenues : 72 Question ignorée : 78



Q23 Quel est le nom de votre entreprise ?

Réponses obtenues : 80 Question ignorée : 70

#	Réponses	Date
1	association les Jardins du Nant	05/07/2017 13:51
2	La Maison des Enfants	03/07/2017 14:57
3	Nest	03/07/2017 14:51
4	Association GRAD	29/06/2017 00:18
5	ADAP	28/06/2017 11:11
6	Codap (Centre de conseils et d'appui pour les jeunes en matière de droits de l'homme)	28/06/2017 09:39
7	CEBIG	27/06/2017 18:25
8	Ader association pour le développement des énergies renouvelables	27/06/2017 11:59
9	Association GENILEM	27/06/2017 09:17
10	Comptabilis	26/06/2017 22:35
11	ixialis	26/06/2017 15:29
12	Pro Infirmis	26/06/2017 13:00
13	GENILEM	26/06/2017 11:15
14	l'Artisan du cuir	26/06/2017 10:11
15	ASSOCIATION GENEVOISE DES SPORTS	26/06/2017 09:48
16	espace-terroir SA	26/06/2017 07:57
17	e-Durable SA	26/06/2017 00:30
18	Green spot	25/06/2017 09:25
19	Nanou Solutions Srl	24/06/2017 23:02
20	Laura Wendenburg ILLUSTRATRICE	23/06/2017 22:56
21	Dreier Frenzel	23/06/2017 19:34
22	AGS	23/06/2017 17:31
23	Geneveroule	23/06/2017 16:19
24	marelle / jeux jouets collections	23/06/2017 11:57

Potentiels et limites d'une communication digitale dans la valorisation des biens et services durables dans la région genevoise

Rapport-gratuit.com
LE NUMERO 1 MONDIAL DU MÉMOIRES



25	Sophie Sciboz - auteur-compositeur-interprète	23/06/2017 11:53
26	Label Vert sàrl	23/06/2017 11:34
27	SAKADOH VOYAGES	23/06/2017 10:02
28	Editions Antipodes	23/06/2017 09:51
29	neonomia	23/06/2017 08:51
30	soinplus	23/06/2017 08:38
31	unil	23/06/2017 03:46
32	A PArté	22/06/2017 22:33
33	42(prod)	22/06/2017 22:11
34	Centrale Sanitaire Suisse Romande	22/06/2017 16:45
35	ContrAtom	22/06/2017 15:44

25 / 33

Economie sociale et solidaire : quel avenir pour la communication digitale

SurveyMonkey

36	Association Euphoria	22/06/2017 15:26
37	Agence-Irt	22/06/2017 13:39
38	Domaine de la Mermiere	22/06/2017 13:16
39	EPA Saint-Cergue	22/06/2017 11:39
40	Trajectoires	22/06/2017 10:21
41	TEST	22/06/2017 10:16
42	COUPLE ET FAMILLE	22/06/2017 09:14
43	Bureau EHE SA	22/06/2017 08:08
44	Glaces & gourmandises	22/06/2017 07:27
45	Directdujardin	21/06/2017 22:35
46	envol en voix atelier vocal et musicothérapie	21/06/2017 22:20
47	créateliers	21/06/2017 22:00

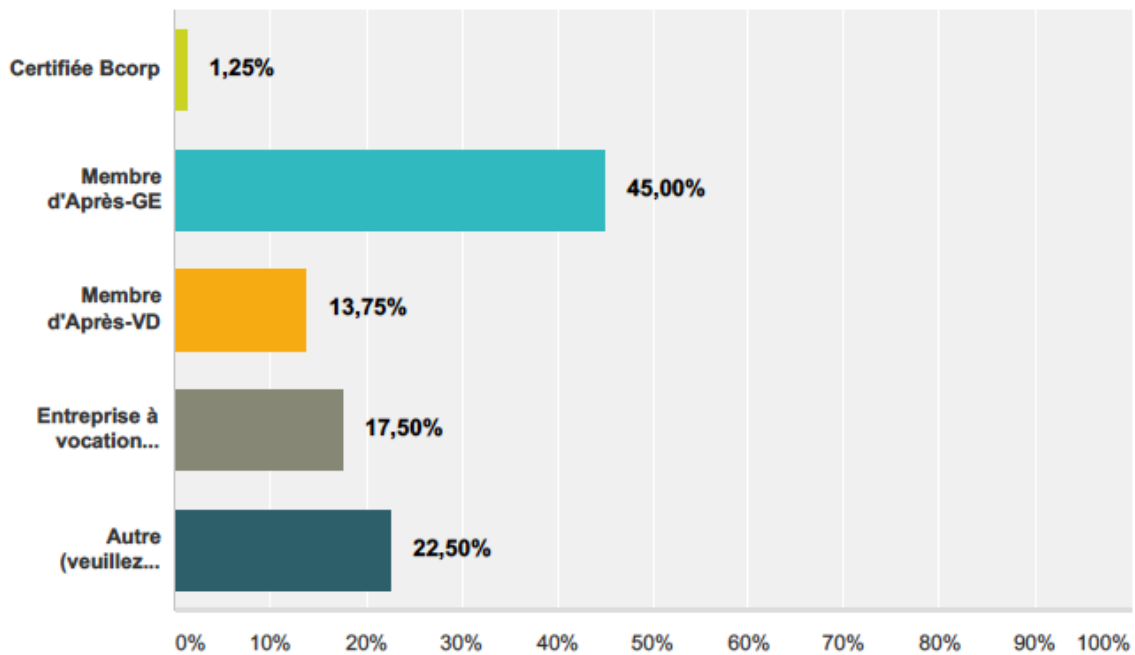
Potentiels et limites d'une communication digitale dans la valorisation des biens et services durables dans la région genevoise

48	EcoVisuel - Agence de communication responsable	21/06/2017 21:26
49	Crea	21/06/2017 20:35
50	APICy	21/06/2017 18:37
51	Etisse	21/06/2017 18:13
52	Itopie	21/06/2017 17:36
53	CPV	21/06/2017 17:35
54	Confidentiel	21/06/2017 17:33
55	Association Eco-Citoyen	21/06/2017 17:26
56	Arcade 84	21/06/2017 17:22
57	Centre de recherche sur les innovations sociales	21/06/2017 16:56
58	Complex IT	21/06/2017 16:37
59	je ne souhaite pas la donner	21/06/2017 16:23
60	Biocapi	21/06/2017 16:14
61	Jérôme Boujol (anciennement Boujol Formation & Conseil)	21/06/2017 16:14
62	alcip	21/06/2017 16:03
63	attentif : atelier	21/06/2017 15:59
64	E	21/06/2017 15:49
65	Coopérative d'habitation Bois Gentil	21/06/2017 15:28
66	agss	21/06/2017 15:23
67	Dame Thèine S.A.	21/06/2017 15:23
68	Ecoservices	21/06/2017 15:21
69	COOPLOG	21/06/2017 15:21
70	La Ville Nouvelle	21/06/2017 15:19
71	communityForge.net	21/06/2017 15:12
72	CCSI	21/06/2017 15:06
73	Centre de la Roseraie	21/06/2017 15:05
74	Inrate SA	21/06/2017 14:49
75	ciriec	21/06/2017 14:43
76	LMT	21/06/2017 14:41

77	la ritournelle	21/06/2017 14:28
78	Jardins de Cocagne	21/06/2017 14:27
79	Happy City Lab	21/06/2017 14:22

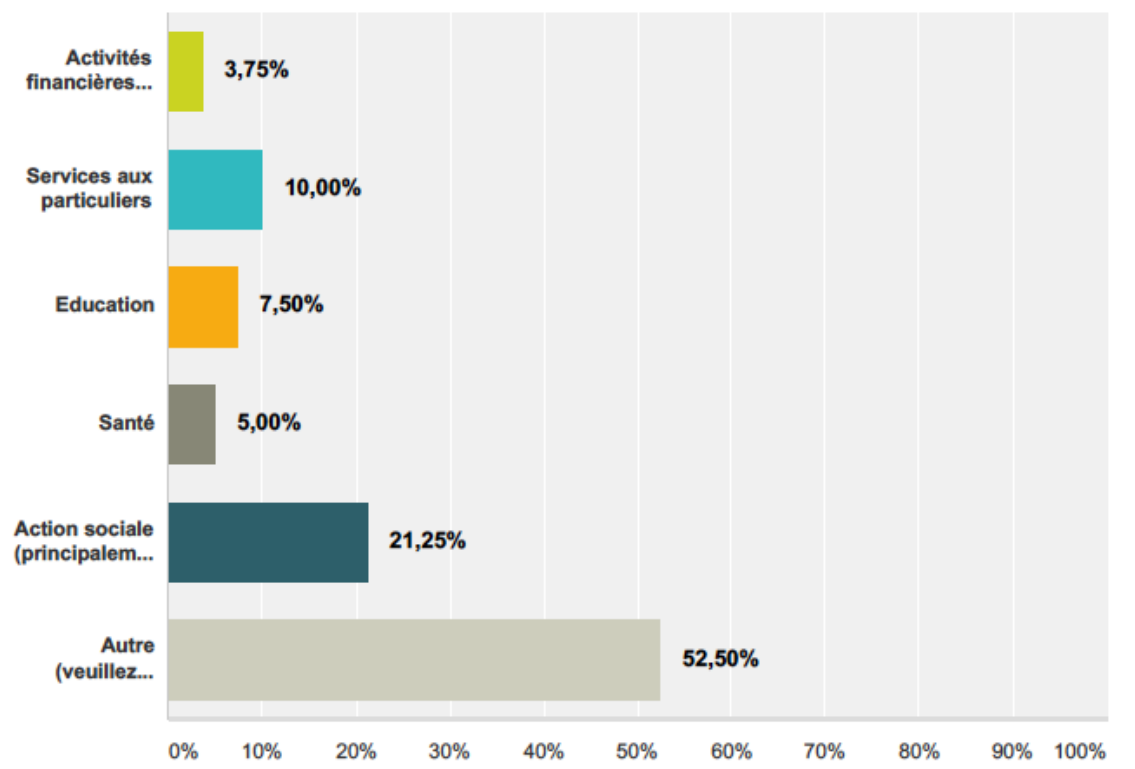
Q24 Votre entreprise est-elle:

Réponses obtenues : 80 Question ignorée : 70



Q25 Dans quel domaine évolue-t-elle ?

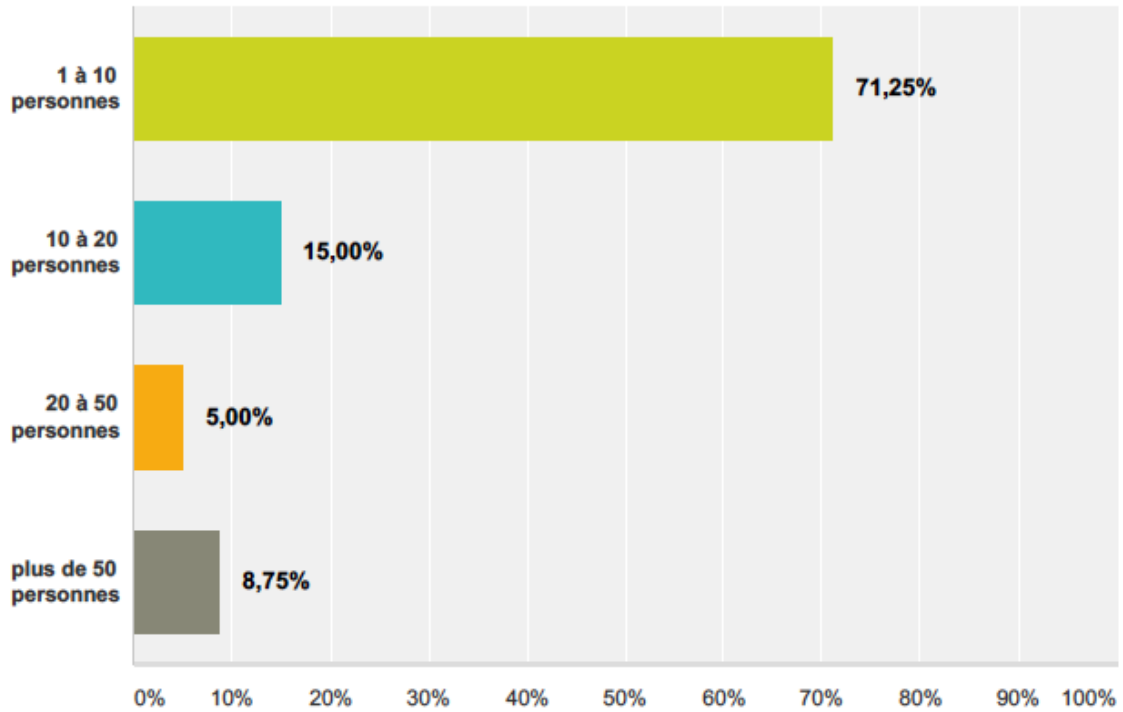
Réponses obtenues : 80 Question ignorée : 70



Potentiels et limites d'une communication digitale dans la valorisation des biens et services durables dans la région genevoise

Q26 De combien de collaborateurs est-elle composée ?

Réponses obtenues : 80 Question ignorée : 70



Q27 Dans quelle tranche d'âge se situe la majorité de vos collaborateurs ?

Réponses obtenues : 80 Question ignorée : 70

